



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของ

นักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Related to Fast Food Consumption Behavior of

Mathayomsuksa Students in Bangkok Metropolis

ของ


นายวิสันต์ แสงภักดี

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

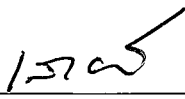
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2544

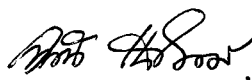
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 5 / มี.ค. / 44
(อาจารย์สุภาวดี ปิตทวิคองคา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 5 / 3 / 44
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

รักษาการในตำแหน่งหัวหน้าภาควิชา

 5 / มี.ค. / 2544
(รองศาสตราจารย์ ดร. อำนวย แสงโนรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



T097906

เรื่อง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของ

นักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Related to Fast Food Consumption Behavior of

Mathayomsuksa Students in Bangkok Metropolis

โดย

นายวิสันต์ แสงภักดี

ป.ศ.
๖๔๕๖
๕๕๔๔

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 97906

เสนอ

วัน,เดือน,ปี..... ๖ ๐ ๒๕๖๖

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา
ในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย: นายวิสันต์ แสงภักดี

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____ 5 / ส.ค. / ๕๕

(สุภาวดี ปัตทวิวงศ์)

อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นบริการที่ได้เข้ามาดำเนินการในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขต กรุงเทพมหานคร วัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายของวงการอาหารประเภทนี้ พบว่าร้อยละ 75 ของลูกค้านักเรียนมัธยมศึกษาทั้งหมดเป็นวัยรุ่น ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนไทยในสังคมเมืองอย่างจริงจัง เนื่องจากธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดมีข้อได้เปรียบในเรื่องของความสะดวกในการเลือกซื้อและความรวดเร็วในการให้บริการ ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด และทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด โดยได้มีการศึกษาและสำรวจนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา ปีการศึกษา 2543 ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 – 6 โดยมีการสำรวมนักเรียนมัธยมศึกษาทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง จาก 20 โรงเรียน เป็นเพศชายร้อยละ 28.70 และ เพศหญิงร้อยละ 71.30 โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ระหว่าง 11 – 19 ปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันคือ 82.34 บาทต่อวัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 96 และอีก ร้อยละ 4 ไม่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่บริโภค 1-2 ครั้งต่อเดือน ชนิดของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมบริโภคมากที่สุดคืออาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด รองลงมาคือแฮมเบอร์เกอร์ ร้านของผลิตภัณฑ์ฟาสต์ฟู้ดที่เป็นที่นิยมคือ ร้านแมคโดนัลด์ รองลงมาคือร้านเคเอฟซี โดยค่าใช้จ่ายในการบริโภคเฉลี่ยต่อหนึ่งครั้ง คือ 126.84 บาท เวลาในการบริโภคต่อครั้งเฉลี่ย 55.23 นาที ส่วนมากนิยมไปใช้บริการในวันหยุดหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ช่วงเวลาที่นิยมเข้าไปใช้บริการคือ เวลา 15.01 – 17.00 น. โดยส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยมซื้อแล้วรับประทานอยู่ที่ร้าน และนิยมมาใช้บริการพร้อมกับเพื่อน พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือปัจจัยทางด้านรสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ด รองลงมาคือปัจจัยทางด้านความรวดเร็วของอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยนักเรียนระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

จากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านราคาว่า ราคาที่จำหน่ายในปัจจุบันมีราคาที่สูงเกินไป ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรมีการปรับราคาให้ถูกลง หรือไม่ก็ควรมีการเพิ่มปริมาณของสินค้าให้มากขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีการลดราคาของอาหารฟาสต์ฟู้ดให้ถูกลงก็ควรจะควบคุมคุณภาพของอาหารให้มีความเหมาะสมด้วย ข้อเสนอแนะทางด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านรสชาติมากที่สุด ควรมีการปรับปรุงรสชาติให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการควรสำรวจว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีรสชาติแบบใด และเพิ่มความหลากหลายของรายการอาหารให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความพอใจ ข้อเสนอแนะด้านสถานที่ ควรมีการกระจายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากขึ้นและเพิ่มพื้นที่ในการบริการให้กว้างขวางมากขึ้น ส่วนทางด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตควรมีการโฆษณาผ่านทางสื่อ ต่าง ๆ เช่น ทางโทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และวิทยุ ควรมีการแจกของแถม การชิงโชค การบริการจัดส่งถึงบ้านให้เร็วมากขึ้น และอาจจะเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมที่มีประโยชน์เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นภาพพจน์ที่ดีของบริษัทมากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ในการจัดทำปัญหาพิเศษเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร ฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ข้าพเจ้า ต้องขอขอบพระคุณ อาจารย์สุภาวดี ปัตทวิวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ช่วยให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ กรรมการปัญหาพิเศษ และอาจารย์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการไมโครคอมพิวเตอร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์เป็นอย่างดี และที่สำคัญที่สุดคือ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา พี่ชาย พี่สาว อันเป็นที่รักยิ่งที่ให้ทุนทรัพย์ และให้กำลังใจเสมอมา เจ้าหน้าที่กรมสามัญศึกษาที่ช่วยหาข้อมูลให้ น้อง ๆ นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่น่ารัก ที่ช่วยสละเวลารอกแบบสอบถาม ขอขอบคุณ นายสัจจา และนางสาวสุภาภรณ์ ที่ได้ช่วยแจกแบบสอบถาม คุณหมวย คุณกฤษ คุณอ้อ คุณเจี๊ยบแวน คุณพร คุณตุ้ตตุ้ คุณจ๊ีบ คุณโทน ที่ช่วยเตือนสติ และให้คำปรึกษา พร้อมกับที่พักพิงเวลาเหนื่อยกาย และเพื่อน ๆ สาขาบริหารธุรกิจเกษตรทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและคอยเป็นกำลังใจให้ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ด้วยดีตลอดมา

วิสันต์ แสงภักดี

มีนาคม 2544

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญตารางภาคผนวก	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
ตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	8
สมมติฐานของการศึกษา	12
บทที่ 2 สภาพทั่วไปของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด	13
ประวัติและความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ด	13
สารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ด	14
ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย	22
การตลาดของอาหารฟาสต์ฟู้ด	23
ส่วนประสมทางการตลาดของอาหารฟาสต์ฟู้ด	25
กลยุทธ์ทางการตลาดของอาหารฟาสต์ฟู้ด	27
ปัญหาและอุปสรรค	27
แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 ผลการศึกษา	29
ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร	29
พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร	31
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของ นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร	40
ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหาร ฟาสต์ฟู้ด	51
การทดสอบสมมติฐาน	53
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	54
สรุป	54
ข้อเสนอแนะ	56
เอกสารอ้างอิง	59
ภาคผนวก	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	คุณค่าสารอาหารหลักของอาหารฟาสต์ฟู้ด (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)	14
2	รายการอาหารและอาหารจากร้านแมคโดนัลด์ (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)	16
3	รายการอาหารและสารอาหารจากร้านเคเอฟซี (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)	17
4	รายการอาหารและสารอาหารจากร้านเบอร์เกอร์คิงส์ (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)	18
5	รายการอาหารและสารอาหารจากร้านพิซซาชัท (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)	19
6	เปรียบเทียบสารอาหารฟาสต์ฟู้ดและสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานในแต่ละวันสำหรับวัยรุ่น	21
7	จำนวนห้องเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษาแยกตามระดับชั้น (ห้อง)	29
8	จำนวนนักเรียนชาย ระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษาแยกตามระดับชั้นเรียน (คน)	30
9	จำนวนนักเรียนหญิงระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษาแยกตามระดับชั้นเรียน (คน)	30
10	จำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา (คน)	31
11	จำนวนนักเรียนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	31
12	อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา	32
13	ระดับชั้นมัธยมศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	33
14	ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร	33
15	พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร	34
16	ความบ่อยในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อ 1 เดือน ของกลุ่มตัวอย่าง	34
17	ชนิดของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมบริโภคมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า	
18	ยี่ห้อหรือร้านของผลิตภัณฑ์อาหารพลาสติกฟู้ดที่นักเรียนมัธยมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานครนิยมเข้าไปใช้บริการ	36
19	วันที่นิยมเข้าไปใช้บริการร้านอาหารพลาสติกฟู้ด	37
20	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อหนึ่งครั้งของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร	37
21	เวลาที่ใช้ในการบริโภคอาหารพลาสติกฟู้ดต่อหนึ่งครั้ง ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร	38
22	สถานที่ที่นิยมใช้บริการอาหารพลาสติกฟู้ด	38
23	ช่วงเวลาที่นิยมเข้าไปใช้บริการ	39
24	การบริโภคอาหารพลาสติกฟู้ดส่วนใหญ่บริโภคกับใคร	39
25	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านราคา	40
26	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านโฆษณา	41
27	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหาร พลาสติกฟู้ดและเป็นที่นัดพบปะสังสรรค์	42
28	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านรสชาติ	43
29	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านคุณภาพอาหารพลาสติกฟู้ด	44
30	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความรวดเร็ว	45
31	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านการให้บริการ	46
32	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความหลากหลายของรายการ อาหาร	47
33	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความทันสมัย	48
34	สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความสะอาด	49
35	ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาที่มีต่ออาหารพลาสติกฟู้ดว่ามีความจำเป็น	51
36	การคำนวณระดับทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาที่มีต่ออาหารพลาสติกฟู้ด	52
37	ระดับทัศนคติที่กำหนดในแต่ละช่วง	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

อาหารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตอาหารฟาสต์ฟู้ดได้เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยาลัยเหมือนจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของผู้ประกอบการทางด้านนี้ การรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดนอกจากจะถูกยอมรับว่าเป็นการบริโภคตามแฟชั่นแล้ว ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดยังเป็นที่นัดพบที่สำคัญของวัยรุ่นด้วย อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นบริการรูปแบบใหม่เข้ามาในประเทศไทยคนไทยก็ให้การต้อนรับเป็นอย่างดี ในปัจจุบันธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดเปิดดำเนินการในประเทศไทยมากกว่า 30 ราย ทำให้ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดในปี พ.ศ. 2542 มีมูลค่าตลาดโดยรวมประมาณ 12,000 ล้านบาท (นิรนาม, 2543) และในอนาคตธุรกิจฟาสต์ฟู้ดจะเติบโตขึ้นอีกเนื่องจากหลาย ๆ ปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารจานด่วนมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 30 – 40 ต่อปี หรือบางปีก็เจริญเติบโตมากกว่าร้อยละ 40 แม้กระทั่งปี พ.ศ. 2541 ซึ่งประเทศไทยมีเศรษฐกิจตกต่ำวงการอาหารฟาสต์ฟู้ดก็ยังเติบโตสูงประมาณ ร้อยละ 15 – 20 (นิรนาม, 2542) และในปี พ.ศ. 2543 นี้เองตลาดฟาสต์ฟู้ดค่อนข้างคึกคักเนื่องจาก ผู้ประกอบการต่างจัดกิจกรรมกระตุ้นยอดขาย และจากภาวะเศรษฐกิจค่อย ๆ ฟื้นตัวผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้มีการแข่งขันที่รุนแรงในวงการอาหารฟาสต์ฟู้ด ทำให้ผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายคือวัยรุ่น ได้รับอิทธิพลมากเพราะการแข่งขันกันทางด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การลดราคาและมีการทำกิจกรรมทางการตลาดมากมายเกี่ยวกับธุรกิจฟาสต์ฟู้ดของตนเอง ส่งผลให้กลุ่มของวัยรุ่น โดยเฉพาะนักเรียนหันมานิยมและสนใจในการเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น และในยุคปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร วัฒนธรรมและเทคโนโลยีสามารถถ่ายทอดถึงกันได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน วัฒนธรรมการกินก็เช่นเดียวกันสามารถถ่ายทอดถึงกันได้อย่างทั่วถึงและแพร่หลาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมการกินด่วนจากตะวันตกหลังไหลเข้ามาในประเทศไทย และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นซึ่งนิยมเลียนแบบวัฒนธรรมตะวันตก

ในเมืองใหญ่โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครมีอาหารฟาสต์ฟู้ดหลายชนิด เช่น ไก่ทอด พิซซ่า มันฝรั่งทอด แสมเบอร์เกอร์ โดนัท สลัด ฮีทดอก แซนด์วิช ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่ของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะนักเรียน นิสิต นักศึกษา และบุคคลวัยทำงาน พบว่าร้อยละ 75 ของลูกค้าทั้งหมดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นวัยรุ่น ที่เหลือเป็นกลุ่มวัยทำงาน แม่บ้าน และเด็ก (สำนักที่ปรึกษาทางเศรษฐกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์, 2536) ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนไทยในสังคมเมือง โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครอย่างจริงจัง เนื่องมาจากอาหารฟาสต์ฟู้ดมีข้อได้เปรียบในเรื่องของความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการด้านการบริโภค รวมทั้งประหยัดเวลาในการรับประทานในแต่ละมื้อได้ด้วย และเป็นเพราะว่าสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ต้องมีการเร่งรีบในแต่ละวัน อีกทั้งปัญหาทางสภาพการจราจรที่ติดขัด ส่งผลให้คนในเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร มีเวลาน้อยลงเพราะเหตุดังกล่าวผู้บริโภคจึงต้องมีการเลือกอาหารที่มีความรวดเร็ว ประกอบกับรสนิยมในการบริโภคหรือการอยากลองของแปลกใหม่ของคนไทย และวัยรุ่นเป็นส่วนที่มีผลทำให้อาหารฟาสต์ฟู้ดมีบทบาทมากขึ้น ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เห็นเกือบทุกแห่งในกรุงเทพมหานครนั้นแสดงให้เห็นว่าวงการอาหารฟาสต์ฟู้ดนี้สามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของคนในกรุงเทพมหานครได้หลาย ๆ ด้านทั้งทางด้านเวลาที่รวดเร็วและทันใจ ผลลัพธ์ที่มีรสชาติถูกใจของผู้บริโภค ราคาที่สามารถที่จะเลือกซื้อได้หลายแบบตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ และสถานที่ที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองต่อความพอใจของผู้ซื้อได้เพราะว่าด้านการบริการในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจะให้บริการคล้าย ๆ กัน สถานที่ก็มีการตกแต่งเหมือนกัน ผู้บริโภคมีความสะดวกและสบายใจเพราะในร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดจะมีแอร์ และเพลงให้ฟัง ซึ่งเป็นที่พอใจของผู้บริโภคทุกเพศและเกือบทุกวัย ทั้งวัยผู้ใหญ่ วัยทำงาน แม่บ้านที่จะใช้เวลาพักผ่อนและพาลูกหลานมารับประทานอาหารนอกบ้านในวันหยุด และวัยรุ่นเป็นวัยที่เห็นได้ชัดเจนว่ามีความนิยมมาใช้บริการกันมาก โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษาซึ่งใช้ร้านอาหารประเภทดังกล่าวเป็นที่พักผ่อนและรับประทานอาหาร นั่นก็แสดงให้เห็นว่าธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดได้เข้ามามีบทบาทต่อการบริโภคของคนในเมืองหลวงเช่นคนในกรุงเทพมหานครอย่างเห็นได้ชัด

การศึกษากลุ่มนักเรียนวัยรุ่นดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ มีรสนิยมที่ทันสมัย และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของวงการอาหารฟาสต์ฟู้ด มีการบริโภคตามกลุ่มเพื่อน และยังใช้สถานที่ดังกล่าวเป็นที่พบปะสังสรรค์กับหมู่เพื่อนสมาชิกในกลุ่มเพราะสะดวกในการพบปะกัน ด้วยเหตุนี้การศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครจึงเป็นประโยชน์และเป็นข้อมูลที่จะให้ผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดได้นำไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการบริโภคอาหารดังกล่าวเพื่อจะได้นำไปปรับเปลี่ยนหรือหากิจกรรมต่าง ๆ มากระตุ้นปัจจัยนั้นเพื่อให้ธุรกิจทางด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดของตนประสบความสำเร็จในทางด้านการตลาดของกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทราบถึงทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด
4. ผู้ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้นำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อทางบริษัทของตนเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงแผนการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ทำการสำรวจเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2543 โดยจะศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดและศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด และทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 10 - 25 ธันวาคม ปี พ.ศ. 2543

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิยามศัพท์

อาหารฟาสต์ฟู้ด หมายถึง อาหารที่ทำไว้สำเร็จรูป สามารถที่จะนำมารับประทานได้ง่าย และรวดเร็ว โดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์ในการบริโภคมากนัก ได้แก่ ไก่ทอด พิซซ่า มันฝรั่งทอด แฮมเบอร์เกอร์ โดนัท สลัด ฮีทดอก แซนวิช และไอศกรีม

ตรวจเอกสาร

กฤษณี ทันจิตต์ (2533) ได้ทำการวิเคราะห์และศึกษาพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดรวมถึงสภาพตลาด การแข่งขันภายในตลาดอาหารฟาสต์ฟู้ด เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคที่แท้จริงและแนวโน้มของการตลาดฟาสต์ฟู้ดในอนาคต โดยมีการศึกษากลุ่มประชากร 120 ตัวอย่าง โดยมีการสุ่มตัวอย่างจาก 4 พื้นที่คือ สยามสแควร์ หัวหมาก พระโขนง และลาดพร้าว จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเป็นชาย และหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน มีอายุอยู่ระหว่างช่วง 13 – 23 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ที่อยู่อาศัยเป็นบ้าน อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้ อยู่ระหว่าง 1,001-2,500 บาท ตรายี่ห้อที่ใช้บริการบ่อยที่สุดได้แก่ แมคโดนัลด์ เคนดิกกี และ คิงกิ้น โดนัท ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ชอบมากที่สุด ได้แก่ ไก่ทอด ส่วนเครื่องดื่มที่ชอบมากที่สุดได้แก่น้ำอัดลม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปใช้บริการที่ร้านฟาสต์ฟู้ดเฉลี่ยเดือนละ 1 – 5 ครั้ง มักนิยมไปทานกับเพื่อน และเสียค่าใช้จ่ายต่อคนครั้งละมากกว่า 60 บาท ในอนาคตผู้บริโภคจะบริโภคฟาสต์ฟู้ดต่อไปคิดเป็นร้อยละ 87.50 เนื่องจากใช้เป็นที่นัดพบ และประหยัดเวลาในการรับประทาน ส่วนผู้บริโภคที่คิดว่าจะไม่บริโภคต่อไป คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีเหตุผลที่ไม่บริโภคคือ ราคา และ เบื่อในรสชาติอาหาร ผู้บริโภคที่ใช้บริการที่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและศูนย์อาหารเมื่อได้เปรียบเทียบความชอบพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบร้านฟาสต์ฟู้ดมากกว่า เนื่องจากชอบสถานที่ที่สะดวกในการรับประทานและรับบริการ สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักร้านฟาสต์ฟู้ดมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือป้ายโฆษณา และสาเหตุของใจที่ผู้บริโภคตัดสินใจเข้าไปใช้บริการครั้งแรกคือเพื่อน ชักชวน ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการตรายี่ห้อใดของฟาสต์ฟู้ดเป็นร้านประจำได้แก่ มีสาขามาก ทำเลที่ตั้ง ความสะอาด ความรวดเร็วในการให้บริการ การตกแต่งร้าน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ในด้านรสชาติมารยาทพนักงานนั้น อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ส่วนด้านราคา ผู้บริโภคมีความเห็นว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ค่อนข้างแพง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดรชนิ วิชญจิตร (2535) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภท ไก่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้บริโภคตัวอย่าง 120 คน โดยสุ่มตัวอย่าง 120 คนจากร้านฟาสต์ฟู้ดชั้นนำประเภทไก่มา 3 ร้าน ได้แก่ ร้านเคนตักกี้ ร้านเอ แอนด์ ดับบลิว ร้านเซสเตอร์กริลล์ จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 16-25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และพนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 1,501-3,500 บาทต่อเดือน และผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภค ฟาสต์ฟู้ดไก่เพราะมีรสชาติดี อร่อย ไม่เสียเวลามากนัก ส่วนตราที่หือที่บริโภคมากที่สุดคือเคนตักกี้ สาเหตุเพราะชอบในรสชาติ รองลงมาคือความสะอาด ชนิดของไก่ทอดร้านเคนตักกี้ที่นิยมกันมากที่สุดคือ ออกไก่ทอด และสูตรที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ กรอบนอกนุ่มใน อีกทั้งบริโภคอาหาร ฟาสต์ฟู้ดร่วมกับมันฝรั่งทอด น้ำอัดลม บริโภคช่วงเวลาบ่าย โดยมีการไปกินกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด โดยเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้งเท่านั้น สาเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ไก่เป็นครั้งแรกเนื่องมาจากเพื่อนชักชวนมา ส่วนปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือคุณภาพของฟาสต์ฟู้ดไก่ ผู้บริโภครู้จักฟาสต์ฟู้ดไก่จากสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนด้านทัศนคติและความ คิดเห็น ผู้บริโภคมีความเห็นว่าทั้งการส่งเสริมการขายและการโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจบริโภค ฟาสต์ฟู้ดไก่โดยส่งเสริมการขายประเภทลดราคา

นิภา แบ่งลาภ (2535) ได้เปรียบเทียบผลการดำเนินธุรกิจฟาสต์ฟู้ดกับพฤติกรรมผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านเซสเตอร์กริลล์ ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงาน เพื่อให้ได้ข้อมูล มาปรับปรุงแก้ไขและสามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้การศึกษาครั้งนี้ได้สุ่มตัวอย่าง 120 ตัวอย่างโดยทำ การสัมภาษณ์เฉพาะบุคคลที่เข้ามาบริโภคในร้านอาหารเซสเตอร์กริลล์ 6 สาขาในเขตกรุงเทพฯ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุเฉลี่ย 25.30 ปี เป็นนักศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ผู้บริโภค ที่จบการศึกษาแล้วก็จะจบระดับปริญญาตรีเช่นกัน ได้มีการศึกษารายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1,001 ถึง 3,000 บาท ตราที่หือที่ใช้บ่อยมากที่สุด คือ เคนตักกี้ ฟราย ชิกเก้น ประเภทอาหารที่ชอบมากที่สุดคือ ไก่ย่าง สื่อทางโฆษณาของเซสเตอร์กริลล์ที่ผู้บริโภคพบเห็นมากที่สุดคือสื่อทางโทรทัศน์ ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจมาใช้บริการ 3 อันดับแรกมากที่สุดคือ บรรยากาศในร้าน รสชาติ อาหาร และความสะดวกในการเดินทาง การส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดคือการลด ราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าการแต่งกายเหมาะสม ความสะอาด ความรวดเร็ว การตกแต่งร้าน โต๊ะ เก้าอี้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ทำเลที่ตั้ง การคมนาคม อยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนการสนทนากับลูกค้า การเป็นกันเอง การเอาใจใส่ต่อลูกค้า เสียงเพลง และเพลงที่เปิดอยู่ อยู่ในเกณฑ์ปาน กลาง และผู้บริโภคใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 1-2 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กุลวดี รัชมิวิจารณ์ (2539) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 408 คน พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่อายุ 17 – 18 ปี มีรายได้เฉลี่ย 1,890.10 บาท อาศัยอยู่กับพ่อแม่ และมีขนาดครอบครัวไม่เกิน 5 คน แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ได้มาจากเพื่อน หรือคนรู้จัก นิยมรับประทานฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด และนิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอาหารมื้อว่าง เฉลี่ยเดือนละ 1 – 5 ครั้ง เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 50 – 100 บาท นิยมไปใช้บริการในช่วงเวลา 15.01 – 17.00 น. ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการบริโภค 31 – 60 นาที และนิยมบริโภคที่ร้านซึ่งอยู่ในศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่จูงใจให้นักเรียนไปใช้บริการ พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ด้านสถานที่มากที่สุด โดยการศึกษาทำการศึกษาในปีการศึกษา 2538 เท่านั้น และทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่เกิดจากปัจจัยภายในของนักเรียนเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคลเท่านั้น

วาสนา แซ่มั่ว (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คน เป็นหญิงมากกว่าชาย มีอายุระหว่าง 14 - 19 ปี ส่วนมากอายุ 16 ปี ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4, 5 และ 6 รายได้ต่อสัปดาห์ส่วนใหญ่ได้รับโดยเฉลี่ยประมาณ 301 – 500 บาท ต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่พักอยู่กับผู้ปกครองและเป็นบ้านส่วนตัว อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่มีธุรกิจส่วนตัว ฐานะทางครอบครัวส่วนใหญ่ดีกว่าคนอื่นเล็กน้อย (ร้อยละ 45) พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดด้านชนิดของอาหาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดของร้านแมคโดนัลด์ ประเภทของเครื่องดื่ม ร้อยละ 73.60 เลือกดื่มน้ำอัดลม ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่เลือกสั่งมากที่สุดคือ ไก่ทอด รองลงมาคือ แฮมเบอร์เกอร์ และพิซซ่า ด้านสถานที่ร้อยละ 63.40 รับประทานที่ร้าน ช่วงเวลาที่รับประทานร้อยละ 43.60 ไปเวลา 15.00 – 18.00 น. จำนวนเวลาที่นิยมใช้ในการรับประทานร้อยละ 27.50 ใช้เวลาประมาณ 46 – 60 นาที ด้านครั้งที่บริโภคต่อเดือน ค่าเฉลี่ยคือ 5 ครั้ง โดยที่ร้อยละ 70 ตอบว่ารับประทานร่วมกับเพื่อน ๆ นอกจากนี้ยังพบแนวโน้มว่าอายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งต่อเดือนในการบริโภค คือนักเรียนวัยรุ่นที่มีอายุน้อยกว่า มีจำนวนครั้งในการบริโภคต่อเดือนมากกว่านักเรียนที่มีอายุมากกว่า และยังพบว่าแนวโน้มว่าฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิตยา ภัทรกรรม (2542) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศหญิงมีส่วนใกล้เคียงเพศชายอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 - 40 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 18,000 บาทต่อเดือน มีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการและอาหารจานด่วนอยู่ในระดับสูง มีทัศนคติที่ดีและไม่ดีเกี่ยวกับอาหารจานด่วนด้วยสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยมีความเห็นว่าพนักงานบริการดีสามารถสั่งทางโทรศัพท์ได้ รับประทานง่าย สะดวกรวดเร็ว ได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ และต้องการทดลองชิม พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนพบว่า ส่วนใหญ่นิยมรับประทานไก่ทอด รองลงมาคือพิซซ่า เสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งละ 51 - 100 บาท ต่อคนต่อครั้ง รับประทานต่ำกว่า 11 ครั้งต่อปีในมือกลางวันสำหรับกลุ่มที่มีความรู้ทางด้านโภชนาการสูง และเกินกว่า 30 ครั้งต่อปีในมือค่ำสำหรับในกลุ่มที่มีความรู้ด้านโภชนาการต่ำ

สรัญญา ทรัพย์ประโมย (2542) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนครปฐม โดยในการศึกษานี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั้งหมด 120 ตัวอย่าง โดยมีการสุ่มจากร้านฟาสต์ฟู้ด 3 ร้านคือ ร้านเคเอฟซี ร้านพิซซ่าฮัท และร้านเซสเตอร์กริลล์ ของห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 16-25 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ผู้บริโภคส่วนมากเป็นนักเรียน นักศึกษา มีระดับรายได้ไม่เกิน 4,000 บาท ผู้บริโภครู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดครั้งแรกโดยสื่อโทรทัศน์ และในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดนอกบ้านมักจะนิยมไปบริโภคพร้อมกับเพื่อน สำหรับตราสินค้าที่ผู้บริโภคใช้บริการเป็นประจำได้แก่ เคเอฟซี เนื่องจากมีรสชาติที่ดีที่สุดผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดนาน ๆ ครั้ง ช่วงเวลาที่บริโภคมากที่สุด คือ 11.01 - 13.00 น. และจะใช้เวลาในการบริโภคนาน 31 - 60 นาที และในอนาคต ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าจะบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อไป เพราะชอบในรสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ด ส่วนผู้ที่ไม่บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อไปมีเหตุผลที่จะเลิกบริโภค คือไม่ชอบอาหารฟาสต์ฟู้ดเพราะมีราคาแพงไป สื่อที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดได้มากที่สุด คือสื่อทางโทรทัศน์ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมากที่สุด คือรสชาติ และคุณภาพอาหาร การบรรจุหีบห่อ มารยาทในการพูด มารยาทในการแต่งกาย ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะอาดของร้าน การตกแต่งร้าน การส่งเสริมการขาย การโฆษณา และทำเลที่ตั้งอยู่ในเกณฑ์ดี ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีความต้องการให้ปรับปรุงอาหารฟาสต์ฟู้ดมากที่สุด คือต้องการให้ปรับปรุงด้านราคาเนื่องจากอาหารฟาสต์ฟู้ดมีราคาค่อนข้างแพง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งของข้อมูล ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถามนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการสำรวจกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ด้วยวิธีให้กรอกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้น แหล่งข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการศึกษา คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยนำข้อมูลมาจากเอกสาร รายงานการวิจัย และปัญหาพิเศษ อีกทั้งเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น วารสารของบริษัทต่าง ๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด หรือรายงานการศึกษาและบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้ว

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ชั้นแรก โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างเลือกโรงเรียนต่าง ๆ ภายในเขตกรุงเทพมหานครมาทั้งสิ้น 20 โรงเรียน โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบมีระบบ (systematic sampling) ขั้นที่สอง ให้นักเรียนที่อยู่ในกลุ่มโรงเรียนที่เป็นตัวอย่างของการศึกษาค้างนี้ โรงเรียนละ 15 ตัวอย่าง มาตรการแบบสอบถาม โดยมีวิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างนักเรียนในโรงเรียนนั้น ๆ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบบังเอิญ (accidental sampling) รวมทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง จากโรงเรียนดังต่อไปนี้

2.1 โรงเรียนสายน้ำผึ้ง	เขตคลองเตย
2.2 โรงเรียนสารະวิทยา	เขตจตุจักร
2.3 โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี	เขตดินแดง
2.4 โรงเรียนโพธิสารพิทยากร	เขตตลิ่งชัน
2.5 โรงเรียนนวมินทราชินูทิศสตรีวิทยาพุทธมณฑล	เขตทวีวัฒนา
2.6 โรงเรียนศึกษานารี	เขตธนบุรี
2.7 โรงเรียนสุวรรณรามาวิทยาลัย	เขตบางกอกน้อย
2.8 โรงเรียนบางกะปิ	เขตบางกะปิ
2.9 โรงเรียนปัญญาวรคุณ	เขตบางแค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10 โรงเรียนศึกษานารีวิทยา	เขตบางบอน
2.11 โรงเรียนบดินทร์เดชา(สิงห์ สิงหเสนีย์2)	เขตบึงกุ่ม
2.12 โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย	เขตพญาไท
2.13 โรงเรียนวัดบวรนิเวศ	เขตพระนคร
2.14 โรงเรียนไชยฉิมพลีวิทยาคม	เขตภาษีเจริญ
2.15 โรงเรียนเจ้าพระยาวิทยาคม	เขตยานนาวา
2.16 โรงเรียนบางปะกอกวิทยา	เขตราษฎร์บูรณะ
2.17 โรงเรียนสตรีวิทยา 2 มัธยมศึกษาดอนปelay	เขตลาดพร้าว
2.18 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า	เขตสะพานสูง
2.19 โรงเรียนฤทธิยะวรรณาลัย	เขตสายไหม
2.20 โรงเรียนประชาราษฎร์อุปถัมภ์	เขตห้วยขวาง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดำเนินการสร้างตามลำดับคือ ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ทางด้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ศึกษาผลการวิจัย ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด และได้นำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม มีคำถาม 5 ตอน อันประกอบด้วย

คำถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาได้เลือกตอบเพียงข้อเดียว และเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบคำถามเอง

คำถามตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตามลำดับที่เห็นว่าสำคัญที่สุดมากกว่า 1 ข้อขึ้นไป โดยเรียงลำดับตามที่คุณตอบแบบสอบถามคิดว่าปัจจัยตัวใดสำคัญที่สุดในการที่ตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ไปจนถึงปัจจัยตัวใดที่คิดว่าสำคัญน้อยที่สุด ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดที่กำหนดคือ

1. ด้านราคา
2. ด้านโฆษณา
3. ด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและเป็นที่นัดพบปะสังสรรค์
4. ด้านรสชาติ
5. ด้านคุณภาพของอาหารฟาสต์ฟู้ด
6. ด้านความรวดเร็ว
7. ด้านการให้บริการ
8. ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ด้านความทันสมัย

10. ด้านความสะอาด

โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ แล้วเรียงลำดับตามความสำคัญของแต่ละปัจจัยว่าปัจจัยใดมีผลมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด จาก 1 - 10

คำถามตอนที่ 3 พฤติกรรมในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือกตอบแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียวว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถามเป็นไปในลักษณะใด เช่น

1. ความบ่อยในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดกี่ครั้งต่อหนึ่งเดือน
2. ส่วนมากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดชนิดใด
3. ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดที่บริโภคคือยี่ห้อใด
4. ในการบริโภคแต่ละครั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยกี่บาท
5. ต้องเสียเวลาที่ชั่วโมงในการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อหนึ่งครั้ง
6. ช่วง วัน และ เวลาที่นิยมไปบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด
7. ส่วนมากมักนิยมบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดที่บ้านหรือที่ร้าน
8. ส่วนใหญ่บริโภคกับใคร

โดยตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจะต้องตอบคำถามแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว

คำถามตอนที่ 4 ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ รูปแบบของแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นหรือทักษะคิดได้ตามระดับดังนี้

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

ระดับ 0 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

ระดับ -1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

ระดับ -2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามที่ให้อิสระในการตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งคำถามในตอนที่ 5 นี้เอง ได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปใช้เป็นแนวทาง ข้อเสนอแนะ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ฟาสต์ฟู้ด เป็นแนวทางในการปรับปรุงลักษณะหรือรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไปในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลที่ได้มาในการหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ หรือ โปรแกรม SPSS For Windows โดยการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปรแล้วนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เพื่อที่ดูว่าปัจจัยตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด โดยดูผลที่ได้จากค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของตัวแปรหรือปัจจัยใดมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ใช้ค่าสถิติคือการหาค่าฐานนิยม (mode) และคำนวณหาค่าร้อยละ (percentage) ของข้อมูลว่าผู้บริโภคส่วนมากหรือส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดในลักษณะใดมากที่สุด หรือน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครใช้ค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยการวัดระดับทัศนคติ หรือความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ใช้แบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าสถิติตามหลักเกณฑ์ ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้มีดังนี้

ระดับ 1.50 ถึง 2.00	เห็นด้วยมาก
ระดับ 0.50 ถึง 1.49	เห็นด้วย
ระดับ -0.49 ถึง 0.49	ไม่มีความคิดเห็น
ระดับ -0.50 ถึง -1.49	ไม่เห็นด้วย
ระดับ -1.50 ถึง -2.00	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. แบบสอบถามที่ได้ให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอบแบบสอบถามได้อิสระ ได้นำเอาข้อมูลที่นักเรียนได้ตอบว่ามีแนวความคิดอย่างไรกับผลิตภัณฑ์อาหารพาสต์ฟู้ด โดยนำเอาคำตอบที่ได้จากตัวอย่างมาหาค่าทางสถิติ สํารวจว่าส่วนใหญ่ักเรียนมีแนวความคิดอย่างไร ซึ่งค่าทางสถิติที่นำมาใช้กับข้อมูลที่ได้คือ การนับความถี่ในคำตอบ หรือการหาฐานนิยมของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้ให้นักเรียนมัธยมศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบอิสระ

สมมติฐานของการศึกษา

สื่อโฆษณาทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารพาสต์ฟู้ดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารพาสต์ฟู้ดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

สภาพทั่วไปของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด

ประวัติและความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ด

ความเป็นมาของอาหารฟาสต์ฟู้ด (Fast-Food) หรือ อาหารจานด่วน เป็นคำที่อเมริกันคนลาวบอยคิดขึ้นมาไว้สำหรับเรียกอาหารหรือขนม ทั้งประเภทกินอิ่มหรือกินเล่นเป็นของว่าง (วนิดา, 2539) จุดเริ่มต้นของอาหารฟาสต์ฟู้ดมาจากการทอดไส้กรอกเยอรมัน (หรือเฟรนช์เฟอริเตอร์) เร่ขายไปตามท้องถนน ขึ้นต่อมาก็มีการนำขนมปังเข้ามาร่วมด้วยกลายเป็นฮอทด็อก และวิวัฒนาการเป็นแฮมเบอร์เกอร์ ในระยะแรก ๆ ก็มีแต่เนื้อกับขนมปัง เครื่องปรุงรสก็มีแต่ซอสมะเขือเทศและมัสตาร์ด ต่อมาก็มีการเพิ่มเครื่องเคียงเข้าไป เช่นเนยแข็ง แวนมะเขือเทศ และผักสด ต่อมาแฮมเบอร์เกอร์กลายเป็นอาหารนิยม บริษัทผู้จำหน่ายก็ต้องสรรหาสิ่งแปลกใหม่มาดึงดูดลูกค้า จากแฮมเบอร์เกอร์วงกลมก็เปลี่ยนเป็นขนมปังแท่งยาวพอที่จะแบ่งกินกันสองคนได้กินอิ่ม หรืออาจจะเพิ่มเป็นแฮมเบอร์เกอร์ยักษ์สองชั้นหรือสามชั้น เพื่อให้มีขนาดใหญ่โตขึ้น (นภดล, 2529)

สำหรับธุรกิจฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย เริ่มครั้งแรกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2507 อาหารฟาสต์ฟู้ดแห่งแรกของเมืองไทย คือร้าน วิมปี (Wimpy) จำหน่ายอาหารพวกแฮมเบอร์เกอร์ และน้ำส้มคั้นอยู่ที่ศูนย์การค้าราชประสงค์ หลังจากนั้นอีก 8 ปีศูนย์การค้านั้นก็ซบเซา ร้านวิมปีต้องปิดกิจการลงแต่อาหารฟาสต์ฟู้ดก็ยังไม่ได้หายไป เพียงแต่ยังไม่เป็นที่นิยมหรือรู้จักของคนไทยสมัยนั้น เพราะว่าเปลี่ยนมาให้บริการอยู่ตามร้านอาหารและร้านคอฟฟี่ชอป ซึ่งในปี พ.ศ. 2513 เคนตักกีฟรายชิกเก้นได้เปิดให้บริการแต่ก็ประสบความสำเร็จล้มเหลวเช่นกัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2520 เริ่มมีการตื่นตัวกันมากขึ้น โดยมีจุดเริ่มต้นที่พัทยา และขยายตัวเข้ามาในกรุงเทพมหานคร การดำเนินการเป็นแบบแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่นิยมกันมาก โดยซื้อความสำเร็จจากบริษัทอื่นภายใต้ลิขสิทธิ์ที่ตกลงกัน ลักษณะธุรกิจนี้อาศัยชื่อ “แบรนด์เนม” สูตรสำเร็จของอาหาร การบริหารงาน การจัดการ สัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของบริษัทเป็นจุดขาย ซึ่งบริษัทจะต้องควบคุมและดูแลให้สินค้าที่ผลิตภายใต้แบรนด์เนมมีคุณภาพเหมือนกันทั่วโลก นั่นคือมาตรฐานของวัตถุดิบ มาตรฐานการผลิต และมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามข้อตกลงของบริษัทแม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ด

ในอาหารฟาสต์ฟู้ดมีคุณค่าสารอาหารของแร่ธาตุเหล็ก แคลเซียม แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส อยู่ค่อนข้างต่ำถึงต่ำมาก มีส่วนประกอบของกากใยอาหารน้อย ถ้ารับประทานมากเกินไปอาจทำให้ถ่ายยาก เป็นริดสีดวงทวาร โรคลำไส้ใหญ่โป่งพองและโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ นอกจากนี้ไขมันอิ่มตัว ยังทำให้ร่างกายลดความสามารถในการกำจัดคอเลสเตอรอล การรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นประจำจะเกิดการสะสมของไขมัน และเป็นสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาโรคหัวใจ เส้นเลือดที่ไปเลี้ยงหัวใจตีบ หรือเป็นโรคกล้ามเนื้อหัวใจตาย ไขมันอุดตันและโรคอ้วนเพิ่มขึ้น ถือเป็นอาหารที่ไม่มีความสมดุล หากรับประทานเป็นเวลานานจะเกิดปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพได้

ตารางที่ 1 คุณค่าสารอาหารหลักของอาหารฟาสต์ฟู้ด (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)

ชนิดอาหาร	น้ำหนัก (กรัม)	พลังงาน (แคลอรี)	โปรตีน (กรัม)	ไขมัน (กรัม)	คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	ใยอาหาร (กรัม)	คอเลสเตอรอล (มิลลิกรัม)
พิซซ่า รวมมิตร (ขนาดกลาง)	373	876	54	48	57	17	203
พิซซ่า ทะเล (ขนาดกลาง)	347	781	53	37	59	12	239
แซนวิชไก่	122	287	12	15	26	2	95
แซนดิ้วชแฮม	108	235	10	11	24	1	39
แฮมเบอร์เกอร์	150	450	21	26	33	4	116
แฮมเบอร์เกอร์ปลา	147	419	17	23	36	3	109
хотดอก	149	398	16	22	34	4	67
มันฝรั่งทอด	94	314	4	18	34	5	51

ที่มา: (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลจากการวิเคราะห์ ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่ (ปริมาณอาหารที่แต่ละคนรับประทานโดยเฉลี่ย) จะเห็นได้ว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีคุณค่าสารอาหาร โดยเฉพาะสารอาหารหลักค่อนข้างดี เนื่องจากมีโปรตีนโดยเฉลี่ย 14.20 กรัม ต่อการเสิร์ฟ 1 ที่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30 ของความต้องการต่อวันในวัยผู้ใหญ่ (young adults) และมีพลังงานประมาณ 320 กิโลแคลอรี ต่อการเสิร์ฟ 1 ที่ คิดเป็นร้อยละ 13 ของความต้องการต่อวันในวัยผู้ใหญ่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าปริมาณโปรตีนและพลังงานมิได้สูงมากเกินไปเกินความต้องการของร่างกาย

คุณค่าในเชิงโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ดไทยจะมีความได้เปรียบกว่าฟาสต์ฟู้ดอเมริกันในหลายประการพบว่าคุณค่าทางอาหารฟาสต์ฟู้ดในอเมริกาให้พลังงานมากกว่าที่ร่างกายต้องการใน 1 มื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารแตกต่างกัน และมาจากแหล่งต่างกัน ถ้าพิจารณาในเรื่องของปริมาณไขมันอาหาร ซึ่งเป็นตัวป้องกันโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือดแล้วมีเพียง 3 กรัมต่อการรับประทานหนึ่งครั้ง แต่อาหารฟาสต์ฟู้ดไทยมีข้อดีกว่าอย่างเช่น มีกากใยอาหารมากกว่า และมีพืชสมุนไพรผสมอยู่มากมาย เช่น กระเพรา หัวหอม ใบโหระพา นอกจากนี้ยังถูกกว่ามากถึงแม้ว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดอเมริกันจะให้พลังงานมากกว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดของไทย ซึ่งเป็นข้อดีของฟาสต์ฟู้ดไทยที่สามารถรับประทานได้โดยไม่ต้องกลัวความอ้วนมากมายนัก

ในเรื่องคุณค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทยมีอาหารฟาสต์ฟู้ดแบบตะวันตก 4 ประเภทคือ พิซซ่า แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด และ โคนัท พบว่าเป็นอาหารที่มีไขมันค่อนข้างสูงประมาณร้อยละ 43.87 ของพลังงานได้จากไขมัน ส่วนใหญ่เป็นไขมันที่มีกรดอิ่มตัวสูงทำให้คลอเลสเตอรอลในเลือดสูง และในฟาสต์ฟู้ด 100 กรัม มีคลอเลสเตอรอลประมาณ 72 มิลลิกรัม มีใยอาหารค่อนข้างต่ำเฉลี่ย 2.70 กรัม ในอาหารฟาสต์ฟู้ด 100 กรัม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจเป็นสาเหตุของการเกิดโรคหลอดเลือดอุดตันได้ (จूरिพร และคณะ, 2535)

อาหารฟาสต์ฟู้ดหลายชนิดมีแร่ธาตุโซเดียมอยู่ระหว่าง 100 – 2,500 มิลลิกรัม ถึงแม้ว่าจะไม่มีการกำหนดปริมาณความต้องการโซเดียมที่แน่นอนตายตัว แต่คนเราควรได้รับโซเดียมไม่เกินวันละ 300 มิลลิกรัม ยกตัวอย่างเช่นถ้ารับประทานแฮมเบอร์เกอร์เนื้อ 1 ชิ้น (150 มิลลิกรัม) จะได้รับโซเดียมถึง 850 มิลลิกรัม ขณะที่ฟาสต์ฟู้ดชนิดอื่น ๆ จะให้โซเดียมเฉลี่ยประมาณ 500 – 600 มิลลิกรัม โดยทั่ว ๆ ไปแล้วการที่เรารับประทานอาหารวันละ 3 มื้อ แต่ละมื้อเราได้รับโซเดียมที่เป็นส่วนผสมของอาหาร หรือองค์ประกอบในอาหารอยู่ด้วยตลอดเวลา ดังนั้นปริมาณโซเดียมจากอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มากเกินไปก็ควรคำนึงถึงด้วยเสมอเพราะการได้รับโซเดียมในปริมาณสูง นอกจากจะทำให้ไตทำงานหนักแล้วยังส่งผลให้เกิดมะเร็งที่กระเพาะอาหารอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 รายการอาหารและสารอาหารจากร้านแมคโดนัลด์ (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)

รายการอาหาร	พลังงาน (กิโลแคลอรี)	ไขมัน (กรัม)	พลังงานจาก ไขมัน (กิโลแคลอรี)	คลอเลสเตอรอล (กรัม)	โซเดียม (กรัม)	คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	โปรตีน (กรัม)	เส้นใยพืช (กรัม)	น้ำตาล (กรัม)
Hamburger	260	9	80	30	580	34	13	2	7
CheeseBurger	320	13	120	40	820	35	15	2	7
Big Mac	560	31	280	85	1,070	45	26	3	8
Chicken Mc Nuggets 4	190	11	100	40	340	10	12	0	0
Chicken Mc Nuggets 6	290	17	150	60	510	15	18	0	0
Chicken Mc Nuggets 9	430	26	230	90	770	23	27	0	0

ที่มา: (Minnesota Attorney General's office, 2000)

ตารางที่ 3 รายการอาหารและสารอาหารจากร้านเคเอฟซี (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)

รายการอาหาร	พลังงาน (กิโลแคลอรี)	ไขมัน (กรัม)	พลังงานจาก ไขมัน (กิโลแคลอรี)	คอเลสเตอรอล (กรัม)	โซเดียม (กรัม)	คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	โปรตีน (กรัม)	เส้นใยพืช (กรัม)	น้ำตาล (กรัม)
Wing with skin	121	7.7	69	74	331	1	12.2	0	1
Breast with skin	251	10.8	97	151	830	1	37	0	1
Thigh with skin	207	12	126	120	504	2	18.4	0	1
Drumstick with skin	97	4.3	39	85	271	1	14.5	0	1
Bzeast	470	28	250	80	930	25	31	1	0
Kentucky Nuggets(6)	284	18	162	66	865	15	16	1	0

ที่มา: (Minnesota Attorney General's office, 2000)

97906

ตารางที่ 4 รายการอาหารและสารอาหารจากร้านเบอร์เกอร์คิงส์ (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)

รายการอาหาร	พลังงาน (กิโลแคลอรี)	ไขมัน (กรัม)	พลังงานจาก ไขมัน (กิโลแคลอรี)	คลอเลสเตอรอล (กรัม)	โซเดียม (กรัม)	คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	โปรตีน (กรัม)	เส้นใยพืช (กรัม)	น้ำตาล (กรัม)
Double Whopper	870	56	500	170	940	45	46	3	8
Whopper JR	420	24	220	60	530	29	21	2	5
Hamburger	330	15	140	55	530	28	20	1	4
Cheeseberger	380	19	170	65	770	28	23	1	5
Double Cheeseburger	600	36	320	135	1,060	28	41	1	5
Double Cheeseberger with Bacon	640	39	350	145	1,240	28	44	1	5
BK Big fish	700	41	370	90	980	56	26	3	4
French Fries (med. /salted)	370	20	180	0	240	43	5	3	0
Onion Rings	310	14	130	0	810	41	4	6	6
Chicken Sandrich	710	43	390	60	1,400	54	26	2	4

ที่มา: (Minnesota Attorney General's office, 2000)

ตารางที่ 5 รายการอาหารและสารอาหารจากร้านพิซซ่าอัท (ปริมาณสารอาหารต่อการเสิร์ฟ 1 ที่)

รายการอาหาร	พลังงาน (กิโลแคลอรี)	ไขมัน (กรัม)	พลังงานจาก ไขมัน (กิโลแคลอรี)	คลอเลสเตอรอล (กรัม)	โซเดียม (กรัม)	คาร์โบไฮเดรต (กรัม)	โปรตีน (กรัม)	เส้นใยพืช (กรัม)	น้ำตาล (กรัม)
Thin'N crispy	170	6	50	10	460	23	7	3	3
Thin'N crispy	310	16	150	35	900	25	16	3	1
Pan	240	9	80	10	480	31	10	3	3
Pan	360	19	170	40	870	30	17	3	2
Stuffed Crust	380	11	100	25	1,160	49	21	4	5
Stuffed Crust	500	23	210	60	1,510	47	25	4	5
Pepperoni	670	29	260	60	1,250	73	29	4	6
Supreme	710	31	280	60	1,380	76	32	3	7
Spaghetti W/Meat Sause	600	13	120	25	910	98	23	9	10

ที่มา: (Minnesota Attorney General's office, 2000)

ประเภทของอาหารฟาสต์ฟู้ดมี 2 ประเภท ประเภทแรกคือ อาหารประเภทที่กินอิ่ม (Full Meal Fast-Food) จะมีส่วนประกอบจำพวกแป้ง เนื้อสัตว์ และผัก เช่น ขนมปัง มันฝรั่งทอด หรือมันฝรั่งนึ่งอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนเนื้อสัตว์ก็แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารหลายชนิด เช่น ไส้กรอก แฮม เบคอน ไก่ย่าง ไก่ทอด และอาจจะประดับด้วยเตง ผักกาด หรือมะเขือเทศ ประเภทที่สองคืออาหารกึ่งขนมถือเป็นอาหารว่างระหว่างมือ (Snack Fast-Food) อาจเป็นอาหารหวานหรืออาหารคาวซึ่งมีรูปแบบมากมาย ตั้งแต่ไอศกรีม หรือเป็นขนมโดนัท

จากข้อมูลข้างต้นนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสารอาหารของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมในประเทศไทย ซึ่งเป็นร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์

จะเห็นได้ว่าร้านอาหาร เคเอฟซี นี้เป็นร้านอาหารที่มีเส้นใยพืชน้อยมาก บางชนิดก็ไม่มีเส้นใยพืชเลย และบางชนิดก็มีเพียงแค่ 1 มิลลิกรัม ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารยี่ห้ออื่น ๆ ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดเหมือนกัน ซึ่งเส้นใยพืชนี้เองมีประโยชน์ต่อระบบขับถ่ายเป็นตัวช่วยให้เกิดการขับถ่ายที่ดี

ในขณะที่การให้แคลอรีและสารอาหารประเภทอื่น ๆ มีปริมาณที่ใกล้เคียงกับอาหารฟาสต์ฟู้ดยี่ห้อต่าง ๆ ที่ทำธุรกิจเหมือน ๆ กัน

จากตารางดังกล่าว จะเห็นได้ว่าร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมในปัจจุบันจะมีสารอาหารบางประเภทมากเกินไป และสารอาหารบางประเภทน้อยเกินไป การที่ได้รับสารอาหารประเภทไขมัน โปรตีน คาร์โบไฮเดรต มากเกินไป ทำให้เกิดอันตรายต่อการเกิดโรคต่าง ๆ ได้ ถ้าบริโภคเส้นใยพืชมินимумเพียงพอมืออันตรายต่อการเป็นมะเร็งในลำไส้ใหญ่ อาหารจานด่วนมีไขมันค่อนข้างสูงทำให้เกิดโรคหัวใจที่เกิดจากเส้นโลหิตแข็งตัว เป็นโรคเส้นโลหิตหัวใจตีบตัน การที่รับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นประจำอาจทำให้เกิดโรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคมะเร็ง โรคอ้วน และโรคอัมลีบเนื่องมาจากการขาดวิตามินและสารอาหารที่จำเป็นบางอย่าง

เปรียบเทียบสารอาหารในอาหารฟาสต์ฟู้ดและสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานในแต่ละวัน สำหรับวัยรุ่น

1. โซเดียม ปริมาณโซเดียมในอาหารก็คือ ปริมาณเกลือ (โซเดียมคลอไรด์) โซเดียมมีส่วนเกี่ยวข้องกับโรคความดันโลหิตสูง ปริมาณที่แนะนำให้รับประทานในแต่ละวันคือ 920 – 2,300 มิลลิกรัม ปริมาณต่ำสุดคือ ปริมาณที่ร่างกายได้รับแล้วเกิดประโยชน์ ส่วนถ้าได้รับเกินปริมาณสูงสุดอาจเกิดภาวะเสี่ยงต่อโรคความดันโลหิตสูง พบว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดหลายชนิดมีปริมาณโซเดียมคลอไรด์อยู่ระหว่าง 1,000 – 2,500 มิลลิกรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เส้นใยอาหาร ควรรับประทานประมาณวันละ 30 กรัม เพื่อป้องกันโรคท้องผูก โรคหัวใจ มะเร็งทางเดินอาหาร และโรคสีดวงทวาร ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่อาหารจำพวกนี้มีเส้นใยน้อย ประมาณ 0-6 มิลลิกรัม

3. ไขมัน ปกติร่างกายควรได้รับประทานอาหารที่มีไขมันต่ำ คือให้พลังงานไม่เกินร้อยละ 30 ของพลังงานที่ได้จากอาหารหนึ่งมื้อ ถ้าอาหารชนิดนั้นให้พลังงานจากไขมันถึงร้อยละ 50 ถือว่าเป็นอาหารที่มีไขมันสูง (ไขมัน 5 กรัม ประมาณ 1 ช้อนชา) อาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดให้ไขมันประมาณ ร้อยละ 33 - 60 ในเพศชาย และให้ไขมันประมาณ ร้อยละ 45 - 90 ในเพศหญิง

4. โปรตีน ปริมาณที่เหมาะสมคือไม่เกินร้อยละ 15 ของพลังงานที่ได้จากอาหารทั้งหมด อาหารฟาสต์ฟู้ดโดยเฉลี่ยจะให้โปรตีนประมาณ ร้อยละ 50 - 100 ของความต้องการของร่างกาย

5. คาร์โบไฮเดรต ในอาหารฟาสต์ฟู้ดมีปริมาณต่ำกว่าปริมาณความต้องการของร่างกายเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่ของอาหารฟาสต์ฟู้ดมีปริมาณคาร์โบไฮเดรตประมาณ ร้อยละ 29 - 36 ของความต้องการของร่างกาย หรือประมาณ 24-59 กรัม ในขณะที่ร่างกายต้องการคือ 46 - 90 กรัม

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบสารอาหารฟาสต์ฟู้ดและสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานในแต่ละวันสำหรับวัยรุ่น

สารอาหาร	ปริมาณสารอาหารในอาหารฟาสต์ฟู้ด	ปริมาณสารอาหารที่แนะนำให้รับประทานในแต่ละวัน
โซเดียม	1,000-2,500 มิลลิกรัม	920-2,300 มิลลิกรัม
เส้นใยอาหาร	0-6 กรัม	30 กรัม
ไขมัน	ร้อยละ 33-90 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายได้รับในการรับประทานอาหาร 1 มื้อ	ไม่เกินร้อยละ 30 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายได้รับในการรับประทานอาหาร 1 มื้อ
โปรตีน	ร้อยละ 50-100 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายได้รับในการรับประทานอาหาร 1 มื้อ	ไม่เกินร้อยละ 15 ของพลังงานทั้งหมดที่ร่างกายได้รับในการรับประทานอาหาร 1 มื้อ
คาร์โบไฮเดรต	24-59 กรัม	40-90 กรัม

ที่มา: (Minnesota Attorney General's office, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดมีพลังงานอยู่ระหว่าง 900 – 1,800 แคลอรี คิดเป็น ร้อยละ 33 – 60 ของพลังงานที่ต้องการในเพศชาย หนึ่งวัน และ ร้อยละ 45 – 90 ของพลังงานที่ต้องการในเพศหญิง หนึ่งวัน และพบว่าปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่มชนิดต่าง ๆ เป็นแหล่งให้พลังงานที่สำคัญอีกด้วย ส่วนอาหารฟาสต์ฟู้ดแต่ละชนิดให้ปริมาณโปรตีนโดยเฉลี่ย ร้อยละ 50 – 100 ของความต้องการของร่างกาย และอาหารฟาสต์ฟู้ดบางชนิดให้ไขมันประมาณ ร้อยละ 51 ของพลังงานที่ได้รับในหนึ่งวัน ซึ่งโดยปกติแล้วในหนึ่งวันคนเราควรได้รับไขมันเพียงร้อยละ 35 เท่านั้น (มหาวิทยาลัยมหิดล, 2539)

ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทย

ธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดในประเทศไทยนั้นมีหลายบริษัทที่ได้เข้ามาดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ได้แก่

ผลิตภัณฑ์ สเวนเซนส์ บริษัทผู้ผลิต บริษัท ไมเนอร์ แคที จำกัด ชนิดอาหารเป็นไอศกรีม มีกลุ่มเป้าหมาย เป็นคนทุกรุ่นทุกว่าย เน้นครอบครัว อัตราการเจริญเติบโตประมาณ ร้อยละ 30 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์ มิสเตอร์โดนัท บริษัทผู้ผลิต บริษัท ไทยเฟรนไชส์ซิ่ง จำกัด ชนิดอาหารเป็นโดนัท กลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มครอบครัว อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 25 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์ เซสเตอร์กริลล์ บริษัทผู้ผลิต บริษัท เซสเตอร์ฟู้ด ชนิดอาหารเน้นข้าวเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่นและบุคคลทั่วไป อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 30 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์ ซิกซ์เลอร์ ชนิดอาหารเป็น สเต็ก ซี่ฟู้ด สลัด กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้บริโภค ระดับสูงซึ่งเน้นคุณภาพ อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 50 - 60 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์ พิชเชอเรียล บริษัท นารายณ์พิชเชอเรียล จำกัด ชนิดอาหาร พิชซ่า กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้บริโภคระดับสูง เป็นเจ้าแรกของวงการฟาสต์ฟู้ดเมืองไทยที่มีระบบการรับออเดอร์บริการส่งถึงบ้านด้วยระบบเดียวทุกสาขา (one number calling)

ผลิตภัณฑ์ เบอร์เกอร์คิงส์ บริษัทผู้ผลิต บริษัท ไทยอินเตอร์เนชั่นแนล ฟาสต์ฟู้ด จำกัด ชนิดอาหาร เน้นเบอร์เกอร์ กลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่น อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 15 ต่อปี

ผลิตภัณฑ์ ดังกิ้น โดนัท บริษัทผู้ผลิต บริษัท ดังกิ้น โดนัท (ประเทศไทย) จำกัด ชนิดอาหารเป็นโดนัท กลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่นอายุ 15 – 19 ปี กลุ่มผู้ใหญ่อายุ ระหว่าง 20 – 29 ปี อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 20 ต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ เอส แอนด์ พี บริษัทผู้ผลิต บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ชนิดอาหาร มี 5 หมวด คือ ขนมขบเคี้ยว สินค้าประเภทเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง และสินค้านำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มครอบครัว

ผลิตภัณฑ์ ไคโดม่อน บริษัทผู้ผลิต บริษัท ไคโดม่อน กรุ๊ป จำกัด ชนิดอาหาร บาร์บีคิว กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มระดับสูง

ผลิตภัณฑ์ เคเอฟซี บริษัทผู้ผลิต บริษัท เคเอฟซี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด บริษัท ซีที – เคเอฟซี ดีเวลลอปเม้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ชนิดอาหาร ไก่ทอด กลุ่มเป้าหมาย วัยรุ่นและบุคคลทั่วไป อัตราการเจริญเติบโต ร้อยละ 45

นอกจากนี้ยังมี แดรี่ควีนส์ พิชซ่าอัลเฟรโด รวมทั้งบัวบานซึ่งเป็นพาสต์ฟู้ดของไทยที่กำลังรุกเข้าสู่ตลาดวงการเกี่ยวกับอาหารพาสต์ฟู้ดในปัจจุบัน และมีกระแสว่าจะมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดพาสต์ฟู้ดอย่างน้อย 2 รายคือ ปาปาจอห์น และลิตเติ้ลซีซาร์

การตลาดของอาหารพาสต์ฟู้ด

ตลาดพาสต์ฟู้ดในประเทศไทยอดีตยังเป็นตลาดพาสต์ฟู้ดธรรมดาที่มีการจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าแบบมีอาหารหลายอย่างจำหน่ายเป็นบล็อก ๆ ต่อมาร้านอาหารแบบต่างประเทศได้เข้ามา ร่วมลงทุนกับห้างสรรพสินค้า และเป็นที่ยอมรับมาจนถึงปัจจุบัน แต่ในปัจจุบันราคาของพื้นที่เช่าในห้างสรรพสินค้ามีราคาสูงขึ้นมาก ทำให้บรรดาพาสต์ฟู้ดทั้งหลายเริ่มมองหาช่องทางใหม่ที่มาลงทุนน้อยแต่คุ้มค่ากว่า

จากการที่ตลาดพาสต์ฟู้ดมีการเพิ่มช่องทางการขยายสาขาออกมาหลายรูปแบบเพื่อให้เกิดความหลากหลายของช่องทางการจำหน่ายอีกทางเลือกหนึ่งที่ได้เห็นถึงความสดใสของตลาดพาสต์ฟู้ด คือช่องทางการจำหน่ายโดยการร่วมมือของบรรดาเจ้าของร้านต่าง ๆ ให้เป็นหนึ่งเดียวในรูปแบบการเช่าพื้นที่ขนาดใหญ่แล้วแบ่งสัดส่วนตามลักษณะของอาหาร โดยมีร้านมาเปิดขายสินค้าของตนเอง และถือว่าการขายนั้นไม่เป็นการแย่งลูกค้ากันเองแต่เป็นการส่งเสริมเพื่อรวมกลุ่มที่จะทำให้ผู้บริโภคได้เลือกอาหารได้หลายอย่าง และยังเป็นการกระจายกลุ่มผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็น การลดต้นทุนให้กับเจ้าของร้านต่าง ๆ ที่จะเข้าร่วมลงทุน เช่น พาสต์ฟู้ดในเครือเซ็นทรัล ได้แก่ เบอร์เกอร์คิงส์ บาסקินรอบบินส์ เคเอฟซี และมิสเตอร์โดนัท ได้ร่วมกันเปิดเซ็นทรัลสเตชันขึ้นขึ้นตาม ศูนย์การค้าเปิดใหม่ทั่วกรุงเทพในลักษณะพาสต์ฟู้ดคอร์คภายในพื้นที่ 300 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มูลค่าตลาดฟาสต์ฟู้ดในปี พ.ศ. 2542 มีประมาณ 1,200 หมื่นล้านบาท แบ่งเป็นไก่ทอด ร้อยละ 40 พิซซ่าร้อยละ 25 แฮมเบอร์เกอร์ร้อยละ 20 และโดนัทร้อยละ 15 ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดมีการแข่งขันที่รุนแรงเนื่องจากมีผู้ประกอบการมากมายโดยเฉพาะแฟรนไชส์จากต่างประเทศ ซึ่งบางรายก็ประสบความสำเร็จ บางรายไม่สามารถขยายตลาดได้ก็ได้อปิดกิจการไป

สำหรับตลาดรวมฟาสต์ฟู้ดในปี พ.ศ. 2543 นั้น หลัก ๆ ร้านเคเอฟซีมีส่วนการตลาดมากที่สุด คือ ร้อยละ 46 รองลงมาคือ แมคโดนัลด์ มีส่วนการตลาด ร้อยละ 31 พิซซ่าฮัทมีส่วน ร้อยละ 11 เซสเตอร์กริลล์มีส่วน ร้อยละ 7 เบอร์เกอร์คิงส์มีส่วนร้อยละ 3 ส่วนที่เหลือเป็นยี่ห้ออื่น ๆ

สัดส่วนตลาดของประเภทสินค้า ในปี พ.ศ. 2543 นั้นผลิตภัณฑ์จากไก่จะมีสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 55 ตลาดเบอร์เกอร์มีส่วน ร้อยละ 32 และตลาดพิซซ่ามีส่วนประมาณ ร้อยละ 13 ซึ่งทั้งสามตลาดนี้เป็นตลาดหลักและใหญ่ที่สุดในบรรดาตลาดฟาสต์ฟู้ดทั้งหมด

หากแยกเป็นแต่ละยี่ห้อแล้วในตลาดเบอร์เกอร์ซึ่งมีมูลค่ามากกว่า 3,000 ล้านบาท ปรากฏว่าผู้นำตลาดยังเป็นร้านแมคโดนัลด์ ที่ครอบตลาดได้มากกว่าร้อยละ 69 รองลงมาคือเคเอฟซี ที่พยายามจะหาช่องทางแย่งส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มีส่วนร้อยละ 24 ส่วนเบอร์เกอร์คิงส์อยู่ในอันดับที่สามมีส่วนทางการตลาด ร้อยละ 7

ส่วนทางด้านผลิตภัณฑ์จากไก่ซึ่งถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในเมืองไทยมีมูลค่าการตลาดมากกว่า 5,000 ล้านบาท เคเอฟซี ยังเป็นผู้นำด้วยส่วนทางการตลาด ร้อยละ 70 รองลงมาคือ แมคโดนัลด์ มีส่วนทางการตลาดร้อยละ 15 และเซสเตอร์กริลล์อยู่ในอันดับสาม มีส่วนทางการตลาด ร้อยละ 13

สำหรับตลาดพิซซ่า ในปัจจุบันยี่ห้อพิซซ่าฮัท เป็นผู้นำทางการตลาดมีส่วนทางการตลาดร้อยละ 87 อันดับสอง คือนารายณ์พิซซ่าเรีย มีส่วนทางการตลาดร้อยละ 10 สำหรับปริมาณการเข้าใช้บริการของลูกค้า แบ่งเป็นประเภทของอาหาร ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2543 มีร้านฟาสต์ฟู้ดไก่มีอัตราการเข้าใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 89 รองลงมาคือร้านเบอร์เกอร์ ร้อยละ 51 และอันดับสามคือ ร้านพิซซ่า ร้อยละ 42

ในปี พ.ศ. 2543 ตลาดฟาสต์ฟู้ดค่อนข้างคึกคัก พบว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นเนื่องจากดัชนีราคาหมวดอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.10 ในขณะที่หมวดอื่น ๆ ที่มีใช้อาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.30 และดัชนีราคาผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันในปี พ.ศ. 2542 ร้อยละ 2.20 (นิรนาม, 2543) ผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่างจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย และจากภาวะเศรษฐกิจค่อย ๆ ฟื้นตัวผู้ประกอบการรายใหญ่ได้มีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พาสต์ฟู้ดต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็น เคเอฟซี พิซซาฮัท แมคโดนัลด์ ดังกิ้นโดนัท แครีควีนส์ สเวนเซนส์ ส่วนพาสต์ฟู้ดไทยได้แก่ นารายณ์พิซเซอร์รี่ พิซซาอัลเฟรโด เซสเตอร์กริลล์ รวมทั้ง บัวบาน ก็เตรียมรุกสู่ตลาดต่างประเทศ พร้อมกับขยายสาขาในไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน

ส่วนประสมทางการตลาดของอาหารพาสต์ฟู้ด

ด้านราคา

เนื่องจากในตลาดอาหารพาสต์ฟู้ดมีการแข่งขันกันสูงดังนั้นการตั้งราคาผู้ประกอบการจึงไม่สามารถตั้งราคาได้สูงมากนัก หลักการส่วนใหญ่ที่ร้านอาหารพาสต์ฟู้ดทั่ว ๆ ไปใช้ในการตั้งราคา คือ การพิจารณาจากต้นทุนสินค้า หากต้นทุนสินค้าสูงราคาที่จะจำหน่ายก็จะสูงด้วย และส่วนใหญ่มีการตั้งราคาเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด เช่น มีการจำหน่ายเบอร์เกอร์ในราคา 19 บาท หรือ 29 บาท ทั้งนี้ในการตั้งราคาผู้ประกอบการยังต้องพิจารณาความรู้สึกของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ลูกค้าต้องมีความรู้สึกคุ้มค่า และรู้สึกสบายใจที่ไม่ถูกเอาเปรียบ ร้านอาหารพาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่มีการจัดชุดอาหารและจำหน่ายในราคาพิเศษ นี่เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี

ด้านผลิตภัณฑ์

ทางด้านผลิตภัณฑ์ของอาหารพาสต์ฟู้ด ส่วนมากจะมีอยู่ 2 กลุ่ม คือ สินค้าปกติของร้าน และ สินค้าจัดรายการส่งเสริมการขาย

1. สินค้าปกติ หมายถึง เมนูอาหารและเครื่องดื่มหลักของร้านอาหารนั้น ๆ ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์ก็จะมีเมนูอาหารที่ลูกค้าคุ้นเคยหรือเป็นเอกลักษณ์อยู่แล้ว

2. สินค้าจัดรายการส่งเสริมการขาย หมายถึง รายการอาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายเฉพาะช่วงเวลาที่กำหนด อาจจะเป็นสินค้าใหม่ หรือ การนำสินค้าปกติมาจัดเป็นชุดพิเศษสำหรับเทศกาลต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความแปลกใหม่ให้กับลูกค้า เพื่อจะได้ชักชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการของตนมีความถี่มากขึ้น

นอกจากนี้แล้ว การตั้งชื่ออาหารต้องเรียกง่าย จำง่าย และบ่งบอกถึงลักษณะของอาหารประจำร้านนั้น ๆ ได้ การบรรจุภัณฑ์ จะดูประโยชน์การใช้งานเป็นหลัก ราคาและดีไซน์เหมาะสม มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การตกแต่งร้านมีความอบอุ่นเป็นกันเอง แบ่งพื้นที่ใช้สอยให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีโลโก้ ที่บ่งบอกความเป็นตัวของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านสถานที่

ในธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้น ด้านสถานที่ หรือการกระจายสินค้า นั้น หมายถึง การเลือกช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่จะพิจารณาจากจำนวนประชากร รายได้ การศึกษา ลักษณะการดำรงชีวิต การจราจร รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ สถานที่ที่ซึ่งอาหารฟาสต์ฟู้ดนิยมเปิดสาขาได้แก่

1. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า
2. ชุมชนใหญ่ ๆ
3. ป้ายน้ำมัน

แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจฟาสต์ฟู้ดจะมีการขยายตัวไปสู่โรงเรียน มหาวิทยาลัย และช่องทางที่ตอนนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากคือบริการส่งถึงบ้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

หลักในการทำการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด พิจารณาจากหลายปัจจัย เช่น สินค้า กลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม แลกซื้อ บางทีมีกิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับสินค้าใหม่ หรือ กิจกรรมส่งเสริมการขายสำหรับการบริการส่งถึงบ้าน หรือมีกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ เช่น เป็นผู้สนับสนุนให้กับกิจกรรมต่าง ๆ หรือร่วมส่งเสริมการตลาดกับห้างหรือศูนย์การค้า จำหน่ายนอกสถานที่ และมีการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีทั้งสื่อภายนอกร้าน และ สื่อภายในร้าน

1. สื่อภายนอกร้าน เช่น โทรทัศน์ จะใช้มากที่สุด สื่อทางหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ซึ่งจะมีบ้างตามทางด่วน หรือทางหลวงสายหลัก ๆ สื่อทางวิทยุ สื่อทางใบปลิว ซึ่งเป็นสื่อหลักของบริการส่งถึงบ้าน รถแท็กซี่ อินเทอร์เน็ต และเสียงตามสายหรือวารสารของห้างสรรพสินค้า

2. สื่อภายในร้าน ถือเป็นสื่อที่ใช้งบประมาณน้อยแต่ให้ผลตอบแทนสูง ได้แก่ เมนูบอร์ด ป้ายผ้าหน้าร้าน สติกเกอร์ติดกระจกหน้าร้าน ป้ายแขวนเพดาน ระบบโทรทัศน์ภายใน หรือมีพนักงานหน้าร้านเป็นผู้แนะนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์ทางการตลาดของอาหารฟาสต์ฟู้ด

กลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันนี้ผู้ประกอบการบางรายยอมลดส่วนเหลือ้มการตลาดเพื่อที่จะสร้างตลาดและขยายฐานของลูกค้า บางรายได้มีการพัฒนาสินค้าให้มีลักษณะเด่นแตกต่างจากผู้แข่งขัน กลยุทธ์ที่ใช้ในการตลาดคือลดราคา และยังมีการแจกสินค้าฟรีเมี่ยมโดยเฉพาะของสะสม หรือมีการจัดกิจกรรมสำหรับเด็ก ๆ ในทำเลที่ตั้งตามห้างสรรพสินค้า หรือศูนย์การค้าตามกรุงเทพมหานคร สำหรับผู้นำตลาดอาหารฟาสต์ฟู้ดในแต่ละประเภทรุ่นนั้น ไก่ทอดมี เคเอฟซี เป็นผู้นำตลาดมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 70 ของทั้งหมด ผู้ประกอบการรายอื่นคือ เอ แอนด์ ดับบลิว และเชสเตอร์กริลล์ ส่วนทางด้านพิซซ่ามีพิซซ่าฮัทเป็นผู้นำตลาดมีส่วนครองตลาดร้อยละ 87 ผู้ประกอบการรายอื่นคือ นารายณ์พิซเซอร์รี่ และพิซซ่าอัลเฟรโด ทางด้านแฮมเบอร์เกอร์ มีแมคโดนัลด์ เป็นผู้นำตลาด และครองตลาดนี้เกือบทั้งหมด มีผู้ประกอบการรายอื่นคือ เบอร์เกอร์ คิงส์ แดรี่ควินส์ อาร์บีส์ ส่วนตลาดโดนัท มีดังกินโดนัทเป็นผู้นำตลาด และมีส่วนครองตลาดร้อยละ 70 ผู้ประกอบการรายอื่นคือมิสเตอร์โดนัท ปัจจุบันผู้นำตลาดฟาสต์ฟู้ดแต่ละประเภทจะมีผลิตภัณฑ์ฟาสต์ฟู้ดประเภทอื่นรวมอยู่ด้วย เช่น เคเอฟซี มีความสามารถด้านไก่ทอด ได้ออกแฮมเบอร์เกอร์ซึ่งเป็นตลาดของแมคโดนัลด์ ส่วนทางด้านแมคโดนัลด์มีความสามารถทางด้านแฮมเบอร์เกอร์ ปัจจุบันก็ทำไก่ทอดด้วย

นอกจากนั้นฟาสต์ฟู้ดแบบเดลิเวอรี่ที่ดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบันนั้นจะเปลี่ยนเบอร์เดิมจาก 7 หลัก มาเป็น 4 หลักเช่นปัจจุบันพิซซ่าฮัทจากเดิมมีเบอร์เดลิเวอรี่ 7 หลักคือ 6402288 มาเป็น 4 หลักคือ 1150 ที่เป็นเช่นนี้ก็เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ภายใต้สภาวะการแข่งขันทางด้านธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดที่มีการแข่งขันกันรุนแรง

ปัญหาและอุปสรรค

ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดนั้นเป็นร้านอาหารที่มีพื้นที่จำกัดบางสาขามีพื้นที่ไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าและบางสาขาไม่มีที่จอดรถ ซึ่งสาเหตุเหล่านี้เป็นจุดอ่อน (weaknesses) ของวงการธุรกิจฟาสต์ฟู้ด สภาพเศรษฐกิจตกต่ำค่าครองชีพสูงทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายในการซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดได้น้อยลง อีกทั้งอาหารฟาสต์ฟู้ดปัจจุบันมีสารอาหารประเภทต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย กระแสของการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคหันไปสนใจในการเลือกซื้ออาหารประเภทนี้มากกว่าที่จะซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ด รวมถึงการแข่งขันกันในตลาดมีสูงและรุนแรงโดยเฉพาะทางด้านราคาทำให้ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวโน้มในอนาคตของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ด

สำหรับแนวโน้มการขยายตัวของตลาดฟาสต์ฟู้ดจะเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากหลาย ๆ ปีที่ผ่านมาตลาดอาหารจานด่วนมีอัตราการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 30 – 40 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2544 อาหารฟาสต์ฟู้ดมีแนวโน้มเจริญเติบโตมากกว่าร้อยละ 40 ประชาชนมีกำลังซื้อสูงขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น และฟาสต์ฟู้ดก็สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนทำงานในสังคมเมืองหลวงได้เป็นอย่างดี ครอบคลุมตลาดผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงาน และวัยรุ่นที่ปัจจุบันมีกำลังซื้อสูง ดังนั้นในอนาคตจึงจะมีผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ เข้ามาสู่ตลาดอีกหลายค่าย และแนวโน้มการขยายตัวของอาหารฟาสต์ฟู้ดนั้นขยายตามดิสเคาท์สโตร์ที่กำลังเปิดสาขาในปัจจุบัน และจะขยายสาขามากขึ้นตามดิสเคาท์สโตร์ที่จะเปิดในอนาคตอย่างต่อเนื่อง (นิรนาม, 2543)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารหารฟาสต์ฟู้ด ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ใช้กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนมัธยมศึกษาของเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา ปีการศึกษา 2543 เท่านั้น ซึ่งมีจำนวนโรงเรียนในสังกัดทั้งสิ้น 116 โรงเรียน และมีข้อมูลทั่ว ๆ ไปดังนี้

จำนวนห้องเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 6,506 ห้อง แยกเป็น ห้องเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 3,711 ห้อง และห้องเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 2,795 ห้อง (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนห้องเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา แยกตามระดับชั้น (ห้อง)

ระดับชั้น	จำนวน
มัธยมศึกษาปีที่ 1	1,217
มัธยมศึกษาปีที่ 2	1,248
มัธยมศึกษาปีที่ 3	1,246
มัธยมศึกษาปีที่ 4	971
มัธยมศึกษาปีที่ 5	929
มัธยมศึกษาปีที่ 6	895
รวมห้องเรียนทั้งสิ้น	6,506

ที่มา: (กระทรวงศึกษาธิการ, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 จำนวนนักเรียนชาย ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา
แยกตามระดับชั้นเรียน (คน)

ระดับชั้น	จำนวน
มัธยมศึกษาปีที่ 1	28,015
มัธยมศึกษาปีที่ 2	26,567
มัธยมศึกษาปีที่ 3	25,926
มัธยมศึกษาปีที่ 4	18,450
มัธยมศึกษาปีที่ 5	16,643
มัธยมศึกษาปีที่ 6	15,083
รวมนักเรียนชายทั้งสิ้น	130,684

ที่มา: (กระทรวงศึกษาธิการ, 2543)

ตารางที่ 9 จำนวนนักเรียนหญิง ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา
แยกตามระดับชั้นเรียน (คน)

ระดับชั้น	จำนวน
มัธยมศึกษาปีที่ 1	26,388
มัธยมศึกษาปีที่ 2	25,302
มัธยมศึกษาปีที่ 3	25,591
มัธยมศึกษาปีที่ 4	20,955
มัธยมศึกษาปีที่ 5	19,759
มัธยมศึกษาปีที่ 6	18,617
รวมนักเรียนหญิงทั้งสิ้น	136,612

ที่มา: (กระทรวงศึกษาธิการ, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 จำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา (คน)

ระดับชั้น	จำนวน
รวมนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	157,789
รวมนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	109,507
รวมนักเรียนมัธยมศึกษาทั้งสิ้น	267,296

ที่มา: (กระทรวงศึกษาธิการ, 2543)

นอกจากนี้ยังมีจำนวนครูทั้งสิ้น 13,887 คน เป็นชาย 3,786 คน และหญิง 10,101 คน และมีครูจ้างสอนทั้งสิ้น 261 คน เป็นชาย 119 คน และหญิง 142 คน จำนวนภารโรงทั้งสิ้น 1,184 คน

พฤติกรรมกรรมากรบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้มีการสำรวจจากนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง จาก 20 โรงเรียน เป็นเพศชาย 86 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.70 และเพศหญิง 214 คน คิดเป็น ร้อยละ 71.30 สาเหตุที่สำรวจเพศหญิงมากกว่าเพศชายเพราะว่าในการสุ่มตัวอย่างเลือกโรงเรียนที่ทำการศึกษาในครั้งนั้น มีการสุ่มได้โรงเรียนที่เป็นโรงเรียนสตรีล้วนทั้งสิ้น 5 โรงเรียนจากการสุ่มเลือก 20 โรงเรียน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 25 ของโรงเรียนที่สุ่มได้ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 จำนวนนักเรียนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียนชาย	86	28.70
นักเรียนหญิง	214	71.30
รวม	300	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการสำรวจ พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา มีอายุอยู่ระหว่าง 11 – 19 ปี ซึ่งในระหว่างช่วงอายุที่ได้ทำการสำรวจนี้ส่วนมากเป็นนักเรียนที่มีอายุ 16 ปี คิดเป็น ร้อยละ 28.30 รองลงมาเป็นนักเรียนที่มีอายุ 15 ปี คิดเป็น ร้อยละ 19.70 นักเรียนที่มีอายุ 17 ปี คิดเป็น ร้อยละ 16.30 นักเรียนที่มีอายุ 14 ปี คิดเป็น ร้อยละ 14.30 นักเรียนที่มีอายุ 13 ปี คิดเป็น ร้อยละ 10 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11	1	0.30
12	10	3.30
13	30	10.00
14	43	14.30
15	59	19.70
16	85	28.30
17	49	16.30
18	22	7.50
19	1	0.30
รวม	300	100.00

จะเห็นได้ว่าการสำรวจครั้งนี้มีนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้กรอกแบบสอบถามมีจำนวนใกล้เคียงกัน ซึ่งระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.30 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาทั้งหมด ส่วนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2, 3, 4 และ 6 มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 16, 15.30, 16 และ 13.30 ตามลำดับ (ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ระดับชั้นมัธยมศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับชั้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 1	27	9.00
มัธยมศึกษาปีที่ 2	48	16.00
มัธยมศึกษาปีที่ 3	46	15.40
มัธยมศึกษาปีที่ 4	48	16.00
มัธยมศึกษาปีที่ 5	91	30.30
มัธยมศึกษาปีที่ 6	40	13.30
รวม	300	100.00

ค่าใช้จ่ายของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 82.34 บาท ต่อวัน (คำนวณจากค่าจริงในตารางภาคผนวกที่ 1) (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ค่าใช้จ่ายกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับค่าใช้จ่าย (บาทต่อวัน)	ความถี่ (คน)
0 – 30	6
31 – 60	100
61 – 90	76
91 – 120	100
121 – 150	10
151 – 180	0
181 – 210	4
211 – 240	1
241 – 270	2
271 – 300	1
รวม	300

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการสำรวจนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนมากนักเรียนมัธยมศึกษา เป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 96 ส่วนนักเรียนมัธยมศึกษาที่ไม่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมีส่วนน้อย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 4 ของนักเรียนมัธยมศึกษาทั้งหมด (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของกลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	288	96.00
ไม่เคย	12	4.00
รวม	300	100.00

พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนจากที่ได้ทำการศึกษาจำนวน 300 คน นั้นได้สรุปเฉพาะผู้ที่เคยบริโภค จำนวน 288 คน ได้ดังนี้

ส่วนมากนักเรียนมัธยมศึกษาบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด 1-2 ครั้งต่อ 1 เดือน คิดเป็น ร้อยละ 38.50 ส่วนผู้ที่บริโภค 3-4 ครั้ง ต่อ 1 เดือนก็มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 35.40 ส่วนผู้ที่บริโภคมากกว่า 6 ครั้ง ต่อ 1 เดือน คิดเป็น ร้อยละ 16.70 ซึ่งถือว่าสูงพอสมควร (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ความบ่อยในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อ 1 เดือน ของกลุ่มตัวอย่าง

การบริโภค (ครั้งต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2	111	38.50
3-4	102	35.40
5-6	27	9.40
มากกว่า 6	48	16.70
รวม	288	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนมากนักเรียนระดับมัธยมศึกษานิยมรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภท ไก่ทอดมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 39.20 รองลงมาก็คือ แฮมเบอร์เกอร์ และมันฝรั่งทอด ซึ่งมีความใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 16.70 และ 15.60 ตามลำดับ ส่วนฟาสต์ฟู้ดประเภทพิซซ่า และไอศกรีมนั้น นักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 11.50 และ 11.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ชนิดของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมบริโภคมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง

ชนิดของฟาสต์ฟู้ด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไก่ทอด	113	39.20
แฮมเบอร์เกอร์	48	16.70
มันฝรั่งทอด	45	15.60
พิซซ่า	33	11.50
ไอศกรีม	32	11.10
хотดีอก	6	2.10
สลัด	5	1.70
โดนัท	4	1.40
แซนด์วิช	2	0.70
รวม	288	100.00

ส่วนยี่ห้อหรือร้านค้าของผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่นิยมเข้าไปใช้บริการ ส่วนมากนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมเข้าไปใช้บริการของร้านแมคโดนัลด์ คิดเป็น ร้อยละ 42 รองลงมาคือ ร้าน เคเอฟซี คิดเป็น ร้อยละ 34.80 ส่วนอันดับสามคือร้าน พิกซ่าฮัท คิดเป็น ร้อยละ 11.80 ที่เหลือคิดเป็นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดยี่ห้ออื่น ๆ คือร้านเซสเตอร์กริลล์ ร้านแคร์ควีนส์ ร้านสเวนเซ่นส์ ร้านดังกิ้นโดนัท ร้านไดโดมอน ร้านนารายณ์พิชเชอเรีย ร้านเอ็มเคสุกี้ ร้านเบอร์เกอร์คิงส์ ร้านซึกเก้นทริตส์ และร้านซิชซ์เลอร์ คิดเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 ยี่ห้อหรือร้าน ของผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดที่นักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครนิยมเข้าไปใช้บริการ

ยี่ห้อหรือร้านฟาสต์ฟู้ด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แมคโดนัลด์	121	42.00
เคเอฟซี	100	34.80
พิซซาช่าฮัท	34	11.80
เซสเตอร์กริลล์	8	2.80
แคร์รี่วินส์	7	2.40
สเวนเซนส์	5	1.80
ดังกิ้น โดนัท	4	1.40
ไคโดม่อน	2	0.70
นารายณ์พิชเชอเรีย	2	0.70
เอ็มเคสุกี้	2	0.70
เบอร์เกอร์คิงส์	1	0.30
ซิกเก้นทรีตส์	1	0.30
ซิชซ์เลอร์	1	0.30
รวมทั้งสิ้น	288	100.00

พบว่าส่วนมากนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครนิยมเข้าไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในช่วงวันหยุดหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์มากกว่าที่จะเข้าไปใช้บริการในวันธรรมดา ซึ่งผู้ที่นิยมเข้าไปใช้บริการในช่วงวันหยุดหรือวันหยุดนักขัตฤกษ์คิดเป็นร้อยละ 64.60 ส่วนผู้ที่นิยมเข้าไปใช้บริการในวันธรรมดา ร้อยละ 35.40 (ตารางที่ 19)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค 1 ครั้ง ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้ในการซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดรับประทาน ซึ่งคิดเฉลี่ยแล้วเท่ากับ 126.84 บาท (คำนวณจากค่าจริงในตารางภาคผนวกที่ 2) (ตารางที่ 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 วันที่นิยมเข้าไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด

วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันหยุด หรือ วันหยุดนักขัตฤกษ์	186	64.60
วันธรรมดา	102	35.40
รวม	288	100.00

ตารางที่ 20 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อหนึ่งครั้งของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อหนึ่งครั้ง (บาท)	ความถี่ (คน)
1 – 50	51
51 – 100	154
101 – 150	21
151 – 200	32
201 – 250	7
251 – 300	11
301 – 350	1
351 – 400	4
401 – 450	1
451 – 500	6
รวม	288

เวลาในการบริโภคต่อ 1 ครั้ง ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งคิดเฉลี่ยแล้วเท่ากับ 55.23 นาที (คำนวณจากค่าจริงในตารางภาคผนวกที่ 3) (ตารางที่ 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 เวลาที่ใช้ในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อหนึ่งครั้งของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร

เวลาที่ใช้ในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อหนึ่งครั้ง (นาที)	ความถี่ (คน)
1 – 25	28
26 – 50	85
51 – 75	138
76 – 100	11
101 – 125	22
126 – 150	0
151 – 175	0
176 – 200	3
201 – 225	0
226 – 250	1
รวม	288

พบว่านักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดรับประทานอยู่ที่ร้าน ร้อยละ 81.20 และซื้อกลับไปรับประทานที่บ้านร้อยละ 18.80 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 สถานที่ที่นิยมใช้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อรับประทานที่ร้าน	234	81.20
ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน	54	18.80
รวม	288	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะเห็นได้ว่าส่วนมากนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร นิยมเข้าไปใช้บริการในช่วงเวลา 15.01 น. ถึง 17.00 น. ร้อยละ 33.70 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ช่วงเวลาที่นิยมเข้าไปใช้บริการ

เวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
07.01 น. – 09.00 น.	3	1.00
09.01 น. – 11.00 น.	17	5.90
11.01 น. – 13.00 น.	52	18.10
13.01 น. – 15.00 น.	52	18.10
15.01 น. – 17.00 น.	97	33.70
17.01 น. – 19.00 น.	48	16.60
19.01 น. – 21.00 น.	19	6.60
รวม	288	100.00

การบริโภคส่วนมากนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครนิยมที่จะบริโภคกับเพื่อน ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.20 รองลงมาก็จะนิยมบริโภคพร้อมกับครอบครัว และบริโภคคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 28.50 และ 5.60 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเพียงร้อยละ 1.70 นั้นเป็นบุคคลอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากนี้ เช่น แฟน (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 การบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนใหญ่บริโภคกับใคร

บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กับเพื่อน ๆ	185	64.20
กับครอบครัว	82	28.50
คนเดียว	16	5.60
อื่น ๆ	5	1.70
รวม	288	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 25 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านราคา

ด้านราคา			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	43	14.90	430 (43 x 10)
2	32	11.10	288 (32 x 9)
3	25	8.70	200 (25 x 8)
4	20	6.90	140 (20 x 7)
5	18	6.30	108 (18 x 6)
6	22	7.60	110 (22 x 5)
7	23	8.00	92 (23 x 4)
8	27	9.40	81 (27 x 3)
9	28	9.70	56 (28 x 2)
10	50	17.40	50 (50 x 1)
รวม	288	100.00	1,555

ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 สรุปละเอียดในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านโฆษณา

ด้านโฆษณา			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	27	9.40	270 (27 x 10)
2	27	9.40	243 (27 x 9)
3	18	6.30	144 (18 x 8)
4	25	8.70	175 (25 x 7)
5	20	6.90	120 (20 x 6)
6	19	6.60	95 (19 x 5)
7	20	6.90	80 (20 x 4)
8	30	10.40	90 (30 x 3)
9	35	12.20	70 (35 x 2)
10	67	23.20	67 (67 x 1)
รวม	288	100.00	1,354
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.70			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและเป็นที่นัดพบปะสังสรรค์

ด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและเป็นที่นัดพบปะสังสรรค์			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	49	17.00	490 (49 x 10)
2	27	9.40	243 (27 x 9)
3	37	12.80	296 (37 x 8)
4	20	6.90	140 (20 x 7)
5	30	10.40	180 (30 x 6)
6	21	7.30	105 (21 x 5)
7	26	9.00	104 (26 x 4)
8	30	10.50	90 (30 x 3)
9	25	8.70	50 (25 x 2)
10	23	8.00	23 (23 x 1)
รวม	288	100.00	1,811
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 6.28			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านรสชาติ

ด้านรสชาติ			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	56	19.40	560 (56 x 10)
2	59	20.50	531 (59 x 9)
3	43	14.90	344 (43 x 8)
4	35	12.20	245 (35 x 7)
5	21	7.30	126 (21 x 6)
6	21	7.30	105 (21 x 5)
7	20	6.90	80 (20 x 4)
8	14	4.90	42 (14 x 3)
9	15	5.20	30 (15 x 2)
10	4	1.40	4 (4 x 1)
รวม	288	100.00	2,067
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 7.18			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 29 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้าน คุณภาพของอาหารฟาสต์ฟู้ด

ด้านคุณภาพของอาหารฟาสต์ฟู้ด			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	16	5.60	160 (16 x 10)
2	18	6.30	162 (18 x 9)
3	25	8.70	200 (25 x 8)
4	27	9.40	189 (27 x 7)
5	32	11.10	192 (32 x 6)
6	34	11.80	170 (34 x 5)
7	36	12.50	144 (36 x 4)
8	35	12.20	105 (35 x 3)
9	39	13.40	78 (39 x 2)
10	26	9.00	26 (26 x 1)
รวม	288	100.00	1,426
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.95			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 30 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความรวดเร็ว

ด้านความรวดเร็ว			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	49	17.00	490 (49 x 10)
2	36	12.50	324 (36 x 9)
3	27	9.50	216 (27 x 8)
4	36	12.50	252 (36 x 7)
5	26	9.00	156 (26 x 6)
6	32	11.10	160 (32 x 5)
7	26	9.00	104 (26 x 4)
8	26	9.00	78 (26 x 3)
9	19	6.60	38 (19 x 2)
10	11	3.80	11 (11 x 1)
รวม	288	100.00	1,829
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 6.35			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 31 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	1	0.30	10 (1 x 10)
2	25	8.70	225 (25 x 9)
3	47	16.30	376 (47 x 8)
4	34	11.80	238 (34 x 7)
5	39	13.60	234 (39 x 6)
6	36	12.50	180 (36 x 5)
7	39	13.60	156 (39 x 4)
8	32	11.10	96 (32 x 3)
9	20	6.90	40 (20 x 2)
10	15	5.20	15 (15 x 1)
รวม	288	100.00	1,570
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.45			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความหลากหลายของรายการอาหาร

ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	15	5.20	150 (15 x 10)
2	24	8.30	216 (24 x 9)
3	22	7.60	176 (22 x 8)
4	31	10.80	217 (31 x 7)
5	35	12.20	210 (35 x 6)
6	34	11.80	170 (34 x 5)
7	33	11.50	132 (33 x 4)
8	32	11.10	96 (32 x 3)
9	34	11.80	68 (34 x 2)
10	28	9.70	28 (28 x 1)
รวม	288	100	1,463
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.08			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความทันสมัย

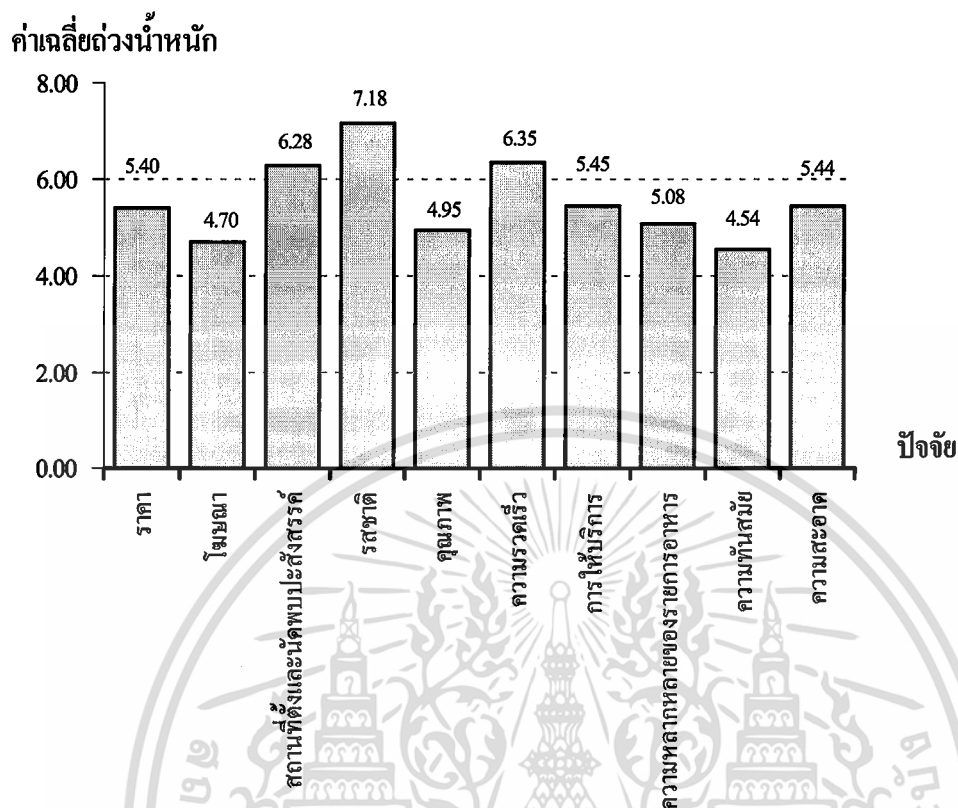
ด้านความทันสมัย			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	6	2.10	60 (6 x 10)
2	20	6.90	180 (20 x 9)
3	16	5.60	128 (16 x 8)
4	31	10.80	217 (31 x 7)
5	29	10.10	174 (29 x 6)
6	36	12.50	180 (36 x 5)
7	33	11.50	132 (33 x 4)
8	42	14.50	126 (42 x 3)
9	36	12.50	72 (36 x 2)
10	39	13.50	39 (39 x 1)
รวม	288	100.00	1,308
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.54			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 34 สรุปคะแนนในแต่ละอันดับของปัจจัยทางด้านความสะอาด

ด้านความสะอาด			
อันดับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนน
1	26	9.00	260 (26 x 10)
2	22	7.60	198 (22 x 9)
3	28	9.70	224 (28 x 8)
4	28	9.70	196 (28 x 7)
5	40	13.90	240 (40 x 6)
6	33	11.50	165 (33 x 5)
7	33	11.50	132 (33 x 4)
8	21	7.30	63 (21 x 3)
9	33	11.50	66 (33 x 2)
10	24	8.30	24 (24 x 1)
รวม	288	100.00	1,568
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.44			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการคำนวณหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ดังตารางที่ 25 ถึง ตารางที่ 34 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ทำการสำรวจนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด จำนวน 288 คน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด มีดังนี้ (ภาพที่ 1)

อันดับที่ 1 เป็นด้านรสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุดคือ 7.18

อันดับที่ 2 เป็นด้านความรวดเร็วของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 6.35

อันดับที่ 3 เป็นด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและเป็นทีมนัดพบปะสังสรรค์ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 6.28

อันดับที่ 4 เป็นด้านการให้บริการของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.45

อันดับที่ 5 เป็นด้านความสะอาดของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.44

อันดับที่ 6 เป็นด้านราคาของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อันดับที่ 7 เป็นด้านความหลากหลายของรายการของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 5.08

อันดับที่ 8 เป็นด้านคุณภาพของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.95

อันดับที่ 9 เป็นด้านการโฆษณาของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.70

อันดับที่ 10 เป็นด้านความทันสมัยของอาหารฟาสต์ฟู้ด ได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.54

ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด

ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 300 คน ซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชาย ร้อยละ 28.70 และนักเรียนมัธยมศึกษาหญิง ร้อยละ 71.30 ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น ร้อยละ 48 รองลงมานักเรียนมีความคิดเห็นว่าเป็นด้วยกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น ร้อยละ 22.30 นอกจากนี้นักเรียนยังมีความคิดเห็นว่าเป็นด้วยว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความจำเป็น ร้อยละ 16.70 ส่วนผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดมีความจำเป็น มีเพียงร้อยละ 6.30 และนักเรียนมีความคิดเห็นว่าเป็นด้วยอย่างยิ่งต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น ร้อยละ 6.70 (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาที่มีต่อฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

ทัศนคติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นด้วยมาก	19	6.30
เห็นด้วย	67	22.30
ไม่มีความคิดเห็น	144	48.00
ไม่เห็นด้วย	50	16.70
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	20	6.70
รวม	300	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 36 การคำนวณระดับทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด

ทัศนคติ	จำนวนคน	คะแนน
เห็นด้วยมาก	19	38
เห็นด้วย	67	67
ไม่มีความคิดเห็น	144	0
ไม่เห็นด้วย	50	- 50
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	20	- 40
รวม	300	15

นักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 300 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด เมื่อวัดระดับทัศนคติแล้วได้คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 0.05 ซึ่งตกอยู่ในช่วง ระดับ - 0.49 ถึง 0.49 ตรงกับระดับทัศนคติที่ว่า นักเรียนไม่มีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น (ตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 ระดับทัศนคติที่กำหนดในแต่ละช่วง

ระดับทัศนคติ	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมาก	1.50 ถึง 2.00
เห็นด้วย	0.50 ถึง 1.49
ไม่มีความคิดเห็น	-0.49 ถึง 0.49
ไม่เห็นด้วย	-0.50 ถึง -1.49
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-1.50 ถึง -2.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานข้างต้นที่ว่า สื่อทางโฆษณาทางด้านผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบด้านวารสารคดีของอาหารฟาสต์ฟู้ด เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นบริการที่เข้ามาดำเนินการในประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร วิทยาลัยเป็นกลุ่มเป้าหมายของวงการอาหารประเภทนี้ พบว่า ร้อยละ 75 ของลูกค้าทั้งหมดเป็นวัยรุ่น ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนไทยในสังคมเมืองอย่างจริงจัง โดยเฉพาะ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากธุรกิจฟาสต์ฟู้ดมีข้อได้เปรียบในเรื่องของความสะดวกในการเลือกซื้อ และความรวดเร็วในการให้บริการ ประกอบกับรสนิยมในการอยากลองของแปลกใหม่ของ คนไทย ซึ่งอาหารฟาสต์ฟู้ดได้มีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา มีผลทำให้ อาหารฟาสต์ฟู้ดได้มีบทบาทมากยิ่งขึ้น ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมีให้เห็นเกือบทุกหนทุกแห่งนั้น แสดงให้เห็นว่าอาหารฟาสต์ฟู้ดได้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้หลาย ๆ ด้านทั้งทางด้านเวลาที่รวดเร็วทันใจ สถานที่ที่เหมาะสมและมีลักษณะที่เหมือนกัน ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้มีการสำรวจ นักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร สังกัดกรมสามัญศึกษา ปีการศึกษา 2543 ทั้ง เพศชายและหญิง ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 - 6 โดยมีการสำรวจนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง จาก 20 โรงเรียน เป็นเพศชายร้อยละ 28.70 และเพศหญิงร้อยละ 71.30 โดยอายุ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา อยู่ในช่วงระหว่าง 11-19 ปี โดยค่าใช้จ่ายต่อวันของนักเรียนกลุ่ม ตัวอย่าง เฉลี่ย วันละ 82.34 บาท พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้อยละ 96 และอีก ร้อยละ 4 ไม่เคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่าส่วนใหญ่ผู้เรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด 1-2 ครั้งต่อเดือน ชนิดของอาหารฟาสต์ฟู้ดที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือ อาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ทอด รองลงมาคืออาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทแฮมเบอร์เกอร์ ยี่ห้อยี่ห้อหรือร้านของผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดที่ นักเรียนมัธยมในเขตกรุงเทพมหานครนิยมเข้าไปใช้บริการคือ ร้านแมคโดนัลด์ รองลงมาคือ ร้าน เคเอฟซี ค่าใช้จ่ายในการบริโภค เฉลี่ย 126.84 บาท ต่อหนึ่งครั้ง เวลาในการบริโภคเฉลี่ย 55.23 นาที ต่อ หนึ่งครั้ง วันที่นิยมเข้าไปใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดส่วนมากนิยมใช้บริการวันหยุด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ช่วงเวลาที่นิยมเข้าไปใช้บริการในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดคือ ช่วง เวลา 15.01 นาฬิกา ถึง เวลา 17 นาฬิกา โดยส่วนใหญ่นิยมซื้อแล้วรับประทานที่ร้าน การบริโภคส่วนมากจะนิยมบริโภคพร้อมกับเพื่อน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร

พบว่าปัจจัยทางด้านรสชาติของอาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรวดเร็วของอาหารฟาสต์ฟู้ด

ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

1. ราคาของอาหารฟาสต์ฟู้ด ในด้านราคาของอาหารฟาสต์ฟู้ดนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีราคาแพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับรายได้หรือค่าใช้จ่ายของวัยรุ่นที่ได้รับเป็นจำนวนจำกัด ควรจะมีการลดราคาให้มีราคาถูกกว่านี้
2. ผลิตภัณฑ์ของอาหารฟาสต์ฟู้ด ทางด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนมากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าคืออยู่แล้ว รองลงมานักเรียนมัศึกษามีความคิดเห็นว่าควรมีการเพิ่มความหลากหลายของรายการอาหารมิให้เล็กลงมากขึ้น
3. สถานที่ของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคืออยู่แล้ว รองลงมามีความคิดเห็นว่าควรมีอยู่กระจายสาขาให้ทั่วกรุงเทพมหานครมากกว่านี้
4. การส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าควรมีของแถม รองลงมาคือ ควรมีการลดราคาของผลิตภัณฑ์ฟาสต์ฟู้ดลง
5. ด้านอื่น ๆ นักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงการให้บริการของพนักงาน ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดบางร้านผู้บริโภครอรับการบริการนานมากควรปรับปรุงให้พนักงานให้การบริการที่เหมาะสมมากกว่านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร มุ่งที่จะนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์มาได้ให้ผู้ผลิตได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดและการผลิต โดยนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ด เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะวัยรุ่นที่เป็นเป้าหมายหลัก และบุคคลทั่ว ๆ ไป โดยนำกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ มากระตุ้นปัจจัยนั้น ๆ เพื่อให้ธุรกิจฟาสต์ฟู้ดประสบความสำเร็จ และมีฐานทางการตลาดที่กว้างมากยิ่งขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านราคา

ราคาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภค สำหรับข้อเสนอแนะทางด้านราคา มีดังนี้

1. ราคาอาหารฟาสต์ฟู้ดที่จำหน่ายในปัจจุบัน นักเรียนมัธยมศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาที่จำหน่ายไม่มีความเหมาะสมหรือมีราคาสูงเกินไป ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงด้านราคาให้มีราคาถูกลงเพื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่ยังไม่มีรายได้ หรือไม่ควรมีการเพิ่มปริมาณของสินค้าอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มีปริมาณมากขึ้นแต่ราคาเท่าเดิม เพราะว่าการเพิ่มปริมาณสินค้าเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการพิจารณาปริมาณของสินค้านั้นรวมทั้งราคาของสินค้าประกอบกัน เพื่อเป็นการตัดสินใจในการเลือกซื้อ

2. การตั้งราคาของอาหารฟาสต์ฟู้ดให้ถูกกว่าคู่แข่ง แต่ว่าคุณภาพของอาหารฟาสต์ฟู้ดไม่มีความเหมาะสม เช่นมีสารอาหารที่ไม่เหมาะสมกับร่างกาย หรือมีรสชาติไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค อาจจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฟาสต์ฟู้ดอื่นที่มีราคาแพงกว่าได้ เพราะว่าการศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ให้ความสำคัญของปัจจัยทางด้านราคาอยู่ในอันดับที่ 6 เพราะฉะนั้นถ้าจะมีการลดราคาของสินค้าลงแต่ควรจะควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความเหมาะสมด้วย

ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรสชาติของผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดเป็นอย่างมาก โดยจะมีการพิจารณาด้านรสชาติเป็นหลักในการเลือกซื้อ ดังนั้น ควรมีการปรับปรุงรสชาติให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะมีการศึกษา หรือสำรวจในโอกาสต่อไปว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรสชาติอาหารฟาสต์ฟู้ดอย่างไร เพื่อจะได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติถูกใจผู้บริโภค มีการคิดค้นหาความหลากหลายของรสชาติ และคุณสมบัติของสินค้าให้มากขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจผู้บริโภค

2. ควรมีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการของอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้นเพราะว่าส่วนใหญ่แล้วอาหารฟาสต์ฟู้ดมีสารอาหารที่ไม่เหมาะสม หรือมีการลดสารอาหารบางอย่างที่มีมากเกินไปลง เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย

3. ทางด้านผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มความหลากหลายของชนิดอาหารฟาสต์ฟู้ดให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ตามความพอใจ

ด้านสถานที่

ข้อเสนอแนะด้านสถานที่ของการจัดจำหน่าย มีดังนี้ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดควรมีการกระจายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะส่วนใหญ่ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจะกระจุกตัวอยู่ตามแหล่งศูนย์การค้า และในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดบางแห่งโดยเฉพาะในศูนย์การค้า หรือในห้างสรรพสินค้ามีพื้นที่จำกัด บางครั้งเกิดความแออัดในการรอรับบริการของลูกค้าโดยเฉพาะในวันหยุด เช่น วันเสาร์ วันอาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 15.01 – 17.00 น. ซึ่งเป็นวัน และเวลาที่นักเรียนหรือกลุ่มวัยรุ่นได้ไปใช้บริการกันเป็นส่วนใหญ่ พฤติกรรมการไปใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเข้าไปใช้บริการที่ร้านกับเพื่อน ๆ มากกว่าที่จะนำกลับไปรับประทานที่บ้าน เพราะฉะนั้นร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดจึงควรมีการเพิ่มพื้นที่ในการบริการของร้านให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่จะเลือกซื้อและใช้บริการอาหารฟาสต์ฟู้ดของผู้บริโภคได้โดยไม่แออัดมาก และควรเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการในเวลาดังกล่าวให้รวดเร็วทันกับความต้องการของลูกค้า เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับความรวดเร็วในการให้บริการของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดมากเป็นอันดับสอง เพราะฉะนั้นการให้บริการที่รวดเร็วก็สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด มีดังนี้

1. ผู้ผลิตสามารถส่งเสริมการตลาดได้หลายวิธี เช่น การโฆษณาผ่านทางสื่อต่าง ๆ สื่อที่สำคัญ ที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักและตัดสินใจเลือกซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ด เช่น ทางโทรทัศน์ ส่วนสื่อโฆษณาประเภทอื่น ๆ เช่น นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาตามสถานที่สำคัญ และวิทยุ
2. การส่งเสริมการตลาดด้านอื่น ๆ ที่ควรที่จะนำมาใช้ ได้แก่ อาจจะมีการลดราคา การให้ของแถม ของแถม การชิงโชค การจัดบริการส่งถึงบ้านให้รวดเร็วมากขึ้น และการทำบัตรสมาชิกให้สมาชิกมีสิทธิพิเศษในการรับบริการ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคมาใช้บริการบ่อยขึ้น และทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ตัวเองได้รับประโยชน์ มากกว่าถูกเอาเปรียบ
3. อาจจะเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมที่มีประโยชน์เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงภาพพจน์ที่ดีของบริษัทมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้มีปัญหาด้านการสุ่มตัวอย่าง โดยจากการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ได้จำนวนตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งต่อไปควรที่จะได้จำนวนตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิงที่มีจำนวนเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน ผู้ที่จะทำการศึกษาค้นคว้าในเรื่องอาหารฟาสต์ฟู้ดควรจะศึกษาในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นบ้าง เช่น กลุ่มวัยทำงานหรือทำการสำรวจในเขตอื่น ๆ นอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ในเขตจังหวัดที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกับเขตกรุงเทพมหานคร อาทิเช่น ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ สงขลา นครราชสีมา และจังหวัดอื่น ๆ ที่มีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดเปิดให้บริการอยู่ ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ มีความครอบคลุม หลากหลาย และกว้างมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. 2543. สถิติข้อมูลทั่วไปของโรงเรียน ห้องเรียน นักเรียน ครู อาจารย์ สังกัด กรมสามัญศึกษา. กรุงเทพมหานคร: (อัครสาเนา)

กุลชลี ทันจิตต์. 2533. พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

กุลวดี รัศมีวิจารณ์. 2539. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จურიพร จิตจำรูญโชคชัย และคณะ. 2535. “คุณค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด:สารอาหารหลัก”. อาหาร. 22(3): น. 31-36.

ชนุดร ชาญวิรวงศ์. 2541. พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดจากต่างประเทศของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดรรรชนี วิชาญจิตร. 2535. พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดประเภทไก่ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นภดล เวชสวัสดิ์. 2529 “ฟาสต์ฟู้ด ภัยอันตรายที่แฝงเร้น”. ความรู้รอบตัว 6. (พฤษภาคม 2529): น. 22-33.

นิตยา ภัทรกรรม. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิภา แบ่งลาภ. 2535. **เปรียบเทียบผลการดำเนินธุรกิจฟาสต์ฟู้ดกับพฤติกรรมผู้บริโภค** กรณีศึกษา ร้านเชสเตอร์กริลล์. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

นิรนาม. 2542. **ฟาสต์ฟู้ดกับคนไทย**. ฝ่ายการตลาด บริษัท เคเอฟซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพมหานคร: (อัดสำเนา)

นิรนาม. 2543. “ภาวะธุรกิจบริการฟาสต์ฟู้ด”. รายงานเศรษฐกิจ. (มิถุนายน 2543): น.11-12.

มหาวิทยาลัยมหิดล. 2539. **สารอาหารและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด**. กรุงเทพมหานคร: (อัดสำเนา)

วนิดา อยู่ประพัฒน์. 2539. **ทำไมต้องกินอาหารฟาสต์ฟู้ดให้น้อยลง**. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดีการพิมพ์.

วาสนา แซ่ฉั่ว. 2541. **ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สร้อยญา ทรัพย์อัประโมย. 2542. **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนครปฐม**. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักที่ปรึกษาทางเศรษฐกิจเครือเจริญโภคภัณฑ์. 2536. **ฟาสต์ฟู้ดอาหารของคนไทยยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

Minnesota Attorney General's office. 2000. “Fast Food Facts” <http://www.olen.com/Cgi-bin/Food2>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม โครงการปัญหาพิเศษ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียนมัธยมศึกษา

ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงของนักเรียนมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ ปี

3. ระดับชั้น มัธยมศึกษาปีที่

4. รายได้ บาท/เดือน บาท/วัน

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด

5. นักเรียนเคยบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดหรือไม่

 เคย (ทำต่อ) ไม่เคย (ข้ามไปทำตอนที่ 4 และตอนที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ปัจจัยต่อไปนี้ที่มีผลทำให้ท่านบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด (ให้เรียงลำดับความสำคัญจากมากไป น้อยจาก 1 – 10)

.....ด้านราคา

.....ด้านโฆษณา

.....ด้านสถานที่ตั้งของร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดและเป็นที่นัดพบปะสังสรรค์

.....ด้านรสชาติ

.....ด้านคุณภาพของอาหารฟาสต์ฟู้ด

.....ด้านความรวดเร็ว

.....ด้านการให้บริการ

.....ด้านความหลากหลายของรายการอาหาร

.....ด้านความทันสมัย

.....ด้านความสะดวก

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดของนักเรียน

7. ความบ่อยในการบริโภคต่อ 1 เดือน (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1-2 ครั้ง

3-4 ครั้ง

5-6 ครั้ง

มากกว่า 6 ครั้ง

8. ส่วนมากบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดชนิดใด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

ไก่ทอด

พิซซ่า

แฮมเบอร์เกอร์

โดนัท

ซอทอด

แซนด์วิช

ไอศกรีม

มันฝรั่งทอด

สลัด

9. ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์อาหารฟาสต์ฟู้ดที่บริโภคคือ

ยี่ห้อ / ร้าน

10. ในการบริโภคแต่ละครั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยกี่บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ต้องเสียเวลาเท่าใดในการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อหนึ่งครั้ง
-นาที่ / ครั้ง ชั่วโมง / ครั้ง
12. ช่วง วัน ที่นิยมไปบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- วันธรรมดา วันหยุด / วันหยุดนักขัตฤกษ์
13. ช่วงเวลาที่นิยมเข้าไปใช้บริการ / ซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- 07.01 น. - 09.00 น. 09.01 น. - 11.00 น. 11.01 น. - 13.00 น.
- 13.01 น. - 15.00 น. 15.01 น. - 17.00 น. 17.01 น. - 19.00 น.
- 19.01 น. - 21.00 น.
14. อาหารฟาสต์ฟู้ดที่ท่านรับประทานส่วนมากจะนิยมนำ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- ซื้อกลับไปรับประทานที่บ้าน ซื้อรับประทานที่ร้าน
15. ส่วนมากนิยมบริโภคกับใคร (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)
- คนเดียว ครอบครัว
- เพื่อน ๆ อื่น ๆ ระบุ

ตอนที่ 4 ทักษะคตินักเรียนมัธยมศึกษาที่มีต่ออาหารฟาสต์ฟู้ด

16. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด (ตอบเพียงข้อเดียวที่ตรงกับท่านมากที่สุด)
- เห็นด้วยมากต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น
- เห็นด้วยต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น
- ไม่มีความคิดเห็นต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น
- ไม่เห็นด้วยต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดว่ามีความจำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 5 นักเรียนมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรเกี่ยวกับอาหารฟาสต์ฟู้ดในปัจจุบัน

ด้านราคา.....

ด้านผลิตภัณฑ์.....

ด้านสถานที่.....

ด้านการส่งเสริมการขาย.....

อื่น ๆ.....

ขอบคุณอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าใช้จ่ายกลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (บาทต่อวัน)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ค่าใช้จ่ายต่อวัน	300	30.0	300.00	82.34	35.99
Valid N (listwise)	300				

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อหนึ่งครั้งของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (บาทต่อหนึ่งครั้ง)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	288	7.00	500.00	126.84	94.68
Valid N (listwise)	288				

ตารางภาคผนวกที่ 3 เวลาที่ใช้ในการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดต่อหนึ่งครั้งของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (นาที)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
เวลาในการบริโภคต่อ ครั้ง	288	2.00	240.00	55.23	31.42
Valid N (listwise)	288				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้